

POLITISKE PARTIERS DAGSORDEN, TOLKNINGSRAMMER OG RETORISKE VIRKEMIDLER

En komparativ analyse av Høyre og Fremskrittspartiets intern
informasjon i forkant av kommunevalget 2007

Masteroppgave i medievitenskap

**Stig Kringen
Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo
Vår 2008**

SAMMENDRAG:

Hvordan anvender politiske partier egne medier i forbindelse med valg? I denne masteroppgaven utføres en komparativ analyse av Høyre og Fremskrittspartiets intern informasjon i forkant av kommunevalget i 2007. Med intern informasjon menes i denne sammenheng Høyre og Fremskrittspartiets medlemsblader og nettsteder. Analysen er basert på partienes tre siste medlemsblader før valget og nyhetsoppdateringene ved partienes respektive nettsteder fjorten dager før valgdagen. Oppgaven har tre problemstillinger, der vi først spør hvilke saker partiene prioriterer i sine egne informasjonskanaler forut for valget og deretter hvilke tolkningsrammer og retoriske virkemidler de anvender. Analysen viser en tendens til at Høyre driver valgkamp på egen politikk i større grad enn FrP. Høyre viser også til mer detaljerte løsningsforslag i sin politiske formidling enn FrP. Begge partiene benytter seg av det retoriske bevismiddelet patos i egne medier, men på forskjellige måter. Høyre ved medlidenhet, mens FrP fremviser en mer direkte form for patos. FrP trekker i klart større grad enn Høyre inn utenforstående personer i sin nyhetsformidling. Blant annet brukes kjendiser og den vanlige mann og kvinne til å bygge opp om partiets politikk. FrP anvender også i langt større grad enn Høyre det retoriske argumentasjonsmønsteret topoi.

ABSTRACT:

How do political parties use their own information channels before elections? This paper contains a comparative analysis between the two Norwegian political parties Høyre and Fremskrittspartiet's (FrP) intern information before the elections in 2007. In this case, intern information means the parties own magazines distributed to their own members and their respectively homepages. The analysis is based on the parties last three magazines before the elections and the updates of news on their homepages fourteen days before elections in Norway 2007. The paper have three different thesis. The first one ask what kind of issues the political parties set on their agenda. The second one ask how they frame their issues and the third one seeks the question of what kind of rhetoric they use. The analysis show that Høyre focus on their own political issues more than FrP. Høyre also include more detailed political proposals in their publications. Both parties use the rhetoric evidence pathos in their reporting of political issues, but with different methods. On the other hand, FrP interview more extern people than Høyre. The extern people include well known persons and the typically Norwegians. The extern people make known their respect and the reason why they vote for FrP. FrP also, much stronger than Høyre, use to argue with help from the rhetoric topoi.

Forord

Jeg har lenge vært interessert i hvordan politiske partier bruker egne medier i forbindelse med valg. I valgkampen er partienes eksterne informasjon, som utgjør kontakt med et bredt publikum bestående av potensielle velgere, ansett som et viktig tema å undersøke innen fagfeltet medievitenskap. Den interne informasjonen til partiene er også viktig. Hvordan informerer partiene sine medlemmer og velgere i løpet av valgkampen?

Finner det hensiktsmessig å understreke at jeg selv ikke er medlem i et norsk politisk parti, noe som kan gjøre oppgaven mer nøytral.

Masteroppgava som du holder i hånda akkurat nå har fått min oppmerksomhet i store deler av det foregående og inneværende år. Veileder for oppgava har vært professor Ragnar Waldahl (H-07/V-08). Takk for god og grundig veiledning! En takk rettes også til Yngve Løken for korrektur. Videre takkes Høyre og Fremskrittspartiet for tilgang på materiale. Til slutt takkes familie og venner for oppmuntrende ord og innspill under skriveprosessen.

Stig Kringen

Oslo, mai 2008

Innhold

| | |
|------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 1. INNLEDNING OG PROBLEMSTILLINGER..... | 5 |
| 1.1 PROBLEMSTILLING 1, SAKSPRIORITERING | 9 |
| 1.2 PROBLEMSTILLING 2, TOLKNINGSRAMMER | 9 |
| 1.3 PROBLEMSTILLING 3, RETORISKE VIRKEMIDLER | 9 |
| 1.4 OPPGAVENS DISPOSISJON | 10 |
| 2. TEORETISKE PERSPEKTIVER..... | 11 |
| 2.1 DAGSORDENFUNKSJONEN | 11 |
| 2.2 MEDIENES TOLKNINGSRAMMER | 16 |
| 2.3 RETORIKK | 20 |
| 3. METODE..... | 27 |
| 3.1 INNHENTING AV MATERIALE | 28 |
| 3.2 DEN KVANTITATIVE INNHOLDSANALYSEN | 29 |
| 3.3 DEN KVALITATIVE INNHOLDSANALYSEN..... | 30 |
| 3.4 VALIDITET..... | 33 |
| 3.5 RELIABILITET | 34 |
| 3.6 ANALYSEMATERIALET | 34 |
| 3.7 FREMSKRITTPARTIETS MEDLEMSBLAD, FREMSKRITT | 36 |
| 3.8 HØYRES MEDLEMSBLAD, MULIGHETER..... | 36 |
| 3.9 FREMSKRITTPARTIETS NETTSTED, WWW.FRP.NO | 37 |
| 3.10 HØYRES NETTSTED, WWW.HOYRE.NO..... | 37 |
| 4. PARTIENES SAKSPRIORITERING I INTERNE PUBLIKASJONER | 38 |
| 4.1 PARTIENES SAKSPRIORITERING PÅ NETT..... | 38 |
| 4.2 KRITIKK AV POLITISKE MOTSTANDERE..... | 41 |
| 4.3 PARTIENES SAKSPRIORITERING I MEDLEMSBLADER..... | 42 |
| 4.4 KRITIKK AV POLITISKE MOTSTANDERE..... | 47 |
| 5. TOLKNINGSRAMMER OG RETORISKE VIRKEMIDLER I MEDLEMSBLADER | 48 |
| 5.1 TEMA 1, LEDERARTIKLER I HØYRES MEDLEMSBLADER..... | 48 |
| 5.2 TEMA 1, LEDERARTIKLER I FREMSKRITTPARTIETS MEDLEMSBLADER | 52 |
| 5.3 SAMMENFATTENDE ANALYSE, LEDERARTIKLER | 58 |
| 5.4 TEMA 2, LOKALVALGET I OSLO, HØYRES MEDLEMSBLAD | 62 |
| 5.5 TEMA 2, LOKALVALGET I OSLO, FREMSKRITTPARTIETS MEDLEMSBLAD | 66 |
| 5.6 SAMMENFATTENDE ANALYSE, LOKALVALGET I OSLO | 70 |
| 6. TOLKNINGSRAMMER OG RETORISKE VIRKEMIDLER PÅ NETT..... | 71 |
| 6.1 TEMA 1, SKATT/EIENDOMSSKATT PÅ HØYRES NETTSTED | 72 |
| 6.2 TEMA 1, SKATT/EIENDOMSSKATT PÅ FREMSKRITTPARTIETS NETTSTED | 75 |
| 6.3 SAMMENFATTENDE ANALYSE, SKATT/EIENDOMSSKATT | 79 |
| 6.4 TEMA 2, UTDANNING PÅ HØYRES NETTSTED..... | 81 |
| 6.5 TEMA 2, UTDANNING PÅ FREMSKRITTPARTIETS NETTSTED | 85 |
| 6.6 SAMMENFATTENDE ANALYSE, UTDANNING | 90 |
| 6.7 TEMA 3, HELSE/ELDREOMSORG PÅ HØYRES NETTSTED..... | 92 |
| 6.8 TEMA 3, HELSE/ELDREOMSORG PÅ FREMSKRITTPARTIETS NETTSTED | 95 |
| 6.9 SAMMENFATTENDE ANALYSE, HELSE/ELDREOMSORG | 98 |
| 7. KJENNETEGN OG FORSKJELLER MELLOM PARTIENES INTERN INFORMASJON..... | 99 |
| LITTERATUR | |
| VEDLEGG | |

1. Innledning og problemstillinger

Valgkamp er en intensiv periode for de politiske partiene. Ettersom mediene er den desidert viktigste kanalen for spredning av politisk informasjon ut til publikum, må partiene jobbe hardt for å få markedsført sine saker på en positiv måte via media og ut til velgerne. Parallelt med dette foregår det en *intern* mobilisering i partiorganisasjonene. I partienes egne medier som medlemsblader og nettsider maner partirepresentanter sine medlemmer til innsats på stands og i debatter i forkant av valget. Denne oppgaven tar for seg en komparativ analyse av innholdet i *medlemsbladene* og *internettsidene* til de to politiske partiene Fremskrittspartiet (FrP) og Høyre i forkant av lokalvalget 2007.

Analysen baserer seg på de tre seneste utgavene av Høyre og Fremskrittspartiets medlemsblader før valget, og nyhetsoppdateringene på Høyre og Fremskrittspartiets nettsteder fjorten dager før valgdagen i september 2007.

Bakgrunnen for valg av tema til oppgava har sitt utspring fra et ønske om å kartlegge innhold og vinkling i partiorganisasjoners egne medier i forbindelse med valg. Høyre og Fremskrittspartiet har gjennom årenes løp bygd opp sterke organisasjoner. Informasjon er en viktig del av organisasjonsbygging. Hvilke grep gjør Høyre og Fremskrittspartiet bruk av for å motivere og styrke sin organisasjon? I hvilken grad skiller informasjon i medlemsblader og nettsteder seg fra den vi kjenner til media?

Både Høyre og Fremskrittspartiet gjorde gode kommunevalg i 2007. Det er også gode muligheter for at Høyre og FrP vil samarbeide for et borgerlig regjeringsalternativ ved valget i 2009. På grunnlag av dette, er det interessant å se hvordan partiene står i forhold til hverandre når det gjelder prioritering av politiske saker og informasjon på nettsteder og i medlemsblader.

Tradisjonelt ligger tyngdepunktet for vitenskaplig forskning i forbindelse med medienes rolle i en valgkamp i Norge på de største og viktigste mediene, og da særlig riksaviser eller allmennkringkasterne. En vanlig innfallsvinkel i denne type forskning er å undersøke hvorvidt aviser støtter politiske partier i sin formidling av politisk stoff, og om denne støtten er forenlig med avisenes partihistorie eller ikke. Undersøkelser som omhandler politiske partiers bruk av egne medier er ikke like utbredt.

Informasjon med media som avsender har andre forutsetninger enn politiske partiers egne informasjonskanaler. I de store riksavisene som når ut til hele folket, er det media som setter dagsorden. De politiske partiene må tilpasse sitt budskap etter medias form og prøve å

selge det inn ved blant annet å tenke journalistisk. Det er imidlertid ingen enkel oppgave å passere gatekeeperne i forskjellige nyhetsredaksjoner. Gatekeepers rolle utdypes av den tyske medieforskeren Elisabeth Noelle Neumann ”The gatekeepers decide what will be admitted to the public and what will be withheld” (Noelle –Neumann 1993:146).

Med interne medier følger friheten til å skape sin egen dagsorden.

Partiorganisasjoner kan selv velge presentasjonsform og vinkling. FrP sin Internettansvarlig gir i et intervju med medieforsker Hanne Hestvik uttrykk for fordelene med egne medier:

Det fine med nettet er at vi kan helt ukritisk, eller ikke ukritisk, men helt uten sensur, presentere akkurat hva vi mener, og korrigere oppfatninger fra andre, uten at, altså vi får det ut. I media kan du jo risikere å bli helt tidd i hjel, ikke sant. De er ikke forpliktet til å ta inn noe som helst fra oss. Her får vi det ut med en gang, det er den store fordelen selvfølgelig (Nettansvarlig i FrP sitert i Hestvik 2004: 239)

I enkelte tilfeller kan det likevel være rimelig å hevde at de tradisjonelle mediene setter dagsorden for Høyre og FrP sin prioritering av politiske saker. Dette ved at medienes politiske utspill blir plukket opp av FrP eller Høyre, som ønsker å bruke sine egne medier til å justere medias vinkling, og således komme med sin versjon av saken.

Som det ble nevnt ovenfor, er det på det rene at partiers interne dagsorden ikke oppleves å ha samme spennvidde og tyngde som medienes. Likevel har informasjon i medlemsblader og på partienes nettsteder en viktig funksjon i kretsene rundt et politisk parti. Det er rimelig å anta at medlemmer av FrP eller Høyre gir partiet sitt en stemme under valget. Vi kan likevel ikke si noe sikkert. Forskning viser at velgerne er mer ustabile enn noen gang. Stadig færre velgere føler seg knyttet til et politisk parti. Påstanden underbygges i boka ”Norske velgere – En studie av stortingsvalget 2005”. Ved valget i 2005 økte andelen usikre velgere til nye høyder. ”Over halvparten (56 prosent) av velgerne oppga at de ventet med å bestemme seg til valgkampen, mens en tredjedel (32 prosent) bestemte seg like før valget. Andelen som bestemmer seg i siste liten ligger ved de to foregående valgene på i overkant av 10 prosent” (Aardal 2007: 20). I en setting hvor velgerne er preget av ambivalens, kan partiorganisasjoner bruke egne informasjonskanaler strategisk til å styrke båndene mellom organisasjon og medlemsmasse. Videre kan vi tenke oss at medlemsblader og internettsider er egnede kanaler til å berolige medlemmer og velgere når det blåser som verst rundt partiet i media.

Informasjon i partipolitiske medlemsblader og på nettsteder kan sees på som intern informasjon, all den tid den primært blir lest av medlemmer og velgere. Først og fremst er bruk av intern informasjon i organisasjoner viktig for å holde medlemmer og ansatte informert om hva som skjer innad. Den svenske kommunikasjonsforskeren Larsåke Larsson supplerer

med å peke på at intern informasjon blant annet skal: ”sprida och genomsyra mål, oppgifter och regler för verksamheten, koordinere organisationens aktiviteter och socialisera in medarbetarna i organisationens kultur” (Larsson 2001: 70). I motsetning til media, som har en mer nøytral skildring av de politiske partier, kan informasjon i medlemsblader og internetsider fremme partikultur og søke å sosialisere sine medlemmer inn i denne. Innholdet i de to nevnte informasjonskanalene kan også, som et supplement til informasjon fra massemedia, bidra å gjøre medlemmer og øvrige velgere *overbevist* om at de har gjort et riktig valg. I dette ligger det at informasjonen bekrefter og styrker medlemmenes valg av politisk ståsted.

At politiske partier sine medlemsblader faller inn under kategorien intern informasjon, syntes rimelig klart. Bladene distribueres i all hovedsak til egne medlemmer. Medlemsbladene er partienes eget forum for opplysning om interne saker og partiets politikk. Larsåke Larsson understreker også at medlemsblader er et sentralt medium innenfor skriftlig intern informasjon: ”När det gäller skriftlig information har personaltidningar en lång tradition på många arbetsplatser” (Larsson 2001: 176). Larsson trekker også frem teoretikeren David Wragg (1994) i sin forskning på metoder og medier innenfor intern informasjon. Wragg har følgende syn på hva medlems- eller personalmagasin bør inneholde, foruten at stoffet skal oppfylle kriterier som aktualitet og sosial nærhet.

”Wragg hävdar att de anställda först och främst önskar information om vad som ska hända (i stället för vad som hänt) inklusive bakgrunder och vilka konsekvenser dessa händelser och beslut får för dem personligen” (Larsson 2001: 177).

Hjemmesidene til politiske partier er i større grad enn medlemsblader en arena der potensielle velgere følger med for å skaffe seg politisk informasjon.

”Med fremveksten av IKT og Internett som nytt massemedium har også norske partier tatt i bruk den nye kommunikasjonsteknologien i sin politiske kommunikasjon. Dette gjelder både i ekstern dialog med velgerne, men også internt i partiorganiseringen” (Hestvik 2004: 230). Nettstedene befinner seg i gråsonen mellom en intern og ekstern informasjonskanal. På den ene siden er det de politiske partiene som bestemmer innholdet på sidene. På den annen side er nettstedet tilgjengelig for alle. Publikum kan selv gå inn på sidene og hente ut informasjon. Det er imidlertid verdt å merke seg at denne andelen er relativ lav. Medieforsker Rune Karlsen trekker frem at partienes nettsteder ikke blir besøkt av den menige velger i utstrakt grad ”Seks av ti mener at nettaviser ikke er viktig, og nesten sju av ti mener at Internett utenom nettaviser ikke er en viktig informasjonskilde for dem. Altså kan det se ut som Internett hadde marginal betydning, også i 2005.” (Karlsen 2007: 289).

Politiske partiers nettsider representerer en ny måte for partiene å nå velgerne på. Både etter valget i 2001 og i 2005 ble velgerne spurt om de i forbindelse med valget hentet informasjon fra partienes hjemmesider på Internett. ”I 2001 benyttet 8 prosent seg av muligheten til å hente informasjon på partienes nettsted. I 2005 er tallet 13. Andelen har altså økt med 5 prosentpoeng, men det er kanskje mindre enn mange, kanskje spesielt partiene, hadde håpet og trodd” (Karlsen 2007: 294). I dag er tilbudet av nettaviser stort, og nettavisene utmerker seg med raske oppdateringer om politiske saker. ”Ønsker man politisk informasjon fra nettet i forbindelse med valget, søker man seg i større grad til andre nettsteder. Nettavisene og nyhetsportalene bruker for eksempel mye ressurser på å ha gode valgseksjoner på sine sider” (Hestvik 2004: 246).

I tradisjonelle nettaviser stilles gjerne forskjellige partirepresentanter eller partier opp mot hverandre til duell i politiske nyheter. Her kan borgerne eksempelvis bli presentert for FrP og Høyre sin skolepolitikk i mer partipolitisk nøytrale former enn på partienes hjemmeside.

I løpet av en valgkamp er produksjonen av informasjon stor fra partiorganisasjonenes side. Medlemsblader og nettsteder er bare to av flere informasjonskanaler som nyttes. Ute på gata ved partienes stands deles partiprogrammer og valgbrosjyrer ut til publikum. Partiprogrammer og valgbrosjyrer dyttes i større grad på velgerne enn informasjon på politiske partier sine hjemmesider og i deres medlemsblader. Faglitteraturen i medievitenskap skiller mellom push- og pullstrategier. Pushstrategier finner sted når et foretak sender budskapet rett til målgruppen. Pullstrategier eksisterer når publikum oppsøker partienes tilbud på grunn av relevans. Partiprogrammer og valgbrosjyrer befinner seg innenfor kategorien pushstrategier, all den tid disse dokumentene deles direkte ut til borgerne. Medlemsblader og partienes nettsteder må sees på som pullstrategier fra organisatorisk hold. Her må borgerne selv gå aktivt inn for å innhente informasjon.

Det er ikke bare nettsteder og medlemsblader som kan sees på som interne medier innenfor et politisk parti. Både nyhetsbrev og medlemse-post befinner seg innenfor denne kategorien. Grunnen til at denne masteroppgava har valgt å fokusere på de to førstnevnte informasjonskanalene, er dels fordi analyse materialet må begrenses og fordi informasjonen på nettsteder og i medlemsblader er mer nyhets- og artikkelorientert enn i nyhetsbrev og medlemse-post.

1.1 Problemstilling 1, Saksprioritering

”Hvilke politiske saker prioriterer FrP og Høyre i sine interne publikasjoner?”

Ettersom masteroppgaven tar for seg en komparativ analyse mellom FrP og Høyre sine nettsteder og medlemsblader, er det naturlig å søke svar på hvilke politiske saker de prioriterer. Er det forskjeller eller likheter mellom partienes saksprioritering? For å finne ut dette må de enkelte sakene kategoriseres etter politisk tema og telles opp. Denne metoden byr på visse utfordringer, all den tid sakene kan befinne seg i gråsonen mellom flere temaer. Disse utfordringene vil bli nærmere beskrevet i oppgavens metodedel.

1.2 Problemstilling 2, Tolkningsrammer

”Hvilken vinkling benytter FrP og Høyre seg av i sine interne publikasjoner?”

Vinklingen partiorganisasjonene gir den enkelte sak er interessant. Hvilke perspektiver vektlegger FrP og Høyre i sine politiske saker? Kritikk av politiske motstandere er et vanlig fenomen innenfor politisk journalistikk. Hvilke partier er FrP og Høyre mest negative til i sin politiske formidling?

Vi har sett teoretikeren David W Wragg påpeke at medlemmer i en organisasjon først og fremst ønsker informasjon om hva som skal *hende* snarere enn hva som har *hendt*. I hvilken grad bærer informasjonen i FrP og Høyre sine medlemsblader og internettsider preg av et sådant sakspreg?

1.3 Problemstilling 3, Retoriske virkemidler

”Hvilke retoriske virkemidler bruker FrP og Høyre i sin formidling i interne publikasjoner?”

Mens problemstilling én fokuserer på overflaten av de politiske sakene, nærmere bestemt politiske temaer og saksprioritering, vil problemstilling tre gå mer i dybden på teksten og undersøke dens latente funksjon. Det er særlig to grunner til å søke svar på denne problemstillingen. For det første kan det tenkes at informasjonen innad i partiorganisasjonene *motiverer* mer enn den *overbeviser/overtaler*. Som medlem eller tradisjonell velger av et politisk parti, er en som regel overbevist om at man har tatt riktig standpunkt. Denne problemstillingen ønsker derfor å undersøke argumentasjonsformen i FrP og Høyre.

For det andre sies FrP sin eksterne kommunikasjon å være enkel og begripelig for folket. Kan vi se konturer av dette i deres arbeid med intern informasjon? I hvilken grad kan en i så fall si at FrP formidler informasjon på en folkelig måte? Hva er i så fall forskjellene

mellom FrP og Høyre sine formidlingsmåter? I oppgaven vies det mest plass til å drøfte denne problemstillingen.

1.4 Oppgavens disposisjon

Kapittel to er oppgavens teorikapittel. Her redegjøres det for tre ulike teorier, medienes dagsordenfunksjon, medienes tolkningsrammer og retorisk teori. Det er verdt å nevne at de tre teoriene er tradisjonelle medieteorier som sier noe om medienes saksprioritering, vinkling og retoriske virkemidler. I teoridelen søkes det å gi en beskrivelse av hvordan disse tre medieteoriene gjør seg gjeldende i praksis på partienes nettsteder og i medlemsblader. De nevnte teoriene anvendes også i oppgavens analysekapitler.

Kapittel tre er et metodekapittel, der metodene for oppgaven blir presentert og diskutert. Metodekapittelet skal gi svar på hvordan teoridelen anvendes i den empiriske analysen. I metodedelen drøftes både svakheter og styrken ved fremgangsmåten i oppgaven. I metodedelen gis det også en beskrivelse av Fremskrittspartiet og Høyres nettsteder og medlemsblader.

Kapittel fire, fem og seks er alle analysekapitler, hvor kapittel fire handler om partienes saksprioritering på deres nettsteder og medlemsblader. I dette kapittelet spør vi hvilke saker partiene prioriterer i forkant av valget, hvorvidt sakene er spillorienterte eller substansielle og hvilke partier og aktører partiene kritiserer.

Kapittel fem søker, med utgangspunkt i tekstanalyse av to artikler fra hvert av partiene, å kartlegge hvilke tolkningsrammer og retoriske virkemidler partiene anvender i deres respektive medlemsblader i forkant av valget i 2007. Det foretas også en sammenligning mellom partiene i et kapittel titulert sammenfattende analyse.

Kapittel seks handler om tolkningsrammer og retoriske virkemidler på partienes nettsteder i forkant av valget. Med utgangspunkt i tekstanalyse av tre nettartikler av hvert av partiene, undersøkes dette. Også her foretas det en sammenligning av hvilke mekanismer som gjør seg gjeldende i artiklene på Høyres og Fremskrittspartiets nettsteder.

I kapittel sju trekkes linjer på grunnlag av de analyserte tekstene. Formålet med dette avslutningskapittelet er å drøfte oppgavens hovedfunn. På grunnlag av de analyserte tekstene, er det her grobunn for å peke på hovedtendensene når det gjelder tolkningsrammer og retoriske virkemidler i partienes intern informasjon.

2 Teoretiske perspektiver

Oppgaven har tre sentrale teoretiske perspektiver, som dekker hver sin problemstilling. Problemstilling én omhandler saksprioritering. Det teoretiske begrepet dagsorden dekker problemstillingen som knytter an til saksprioritering. Begrepet dagsorden omhandler medias evne til å prioritere enkelte saker fremfor andre saker.

Problemstilling to handler om vinkling i Fremskrittspartiets og Høyres valgpublikasjoner. Framing er et begrep som støtter opp om denne problemstillingen. Framing, som det heter på amerikansk fagterminologi, er oversatt med tolkningsrammer på norsk. Framing omhandler hvordan media, eller i dette tilfellet partiorganisasjoner, problematiserer saker. Hvilke aspekter ved politiske saker trekkes frem?

Problemstilling tre handler om hvilke retoriske virkemidler Fremskrittspartiet og Høyre bruker i sin intern informasjon. Som teoretisk bakteppe her er det naturlig å bruke retorisk teori. Retorikk betyr veltalenhet, og retorisk teori inneholder en rekke begreper over hvilke argumenter en taler benytter seg av i ulike settinger som taler, debatter, journalistikk eller informasjonsarbeid. De norske medieforskerne Øyvind Ihlen og Per Robstad understreker også at retorikk er i bruk kontinuerlig både på individ- og organisasjonsnivå. ”Når du som person hevder ditt syn på et problem eller en situasjon, bruker du retorikk. Når du vil forsvare deg mot anklager, bruker du retorikk. På organisasjonsnivå er retorikk knyttet opp mot informasjonsfaget fordi organisasjoner påvirker samfunnsutviklingen gjennom sin bruk av retorikk” (Ihlen og Robstad 2004: 122).

2.1 Dagsordenfunksjonen

Medienes dagsorden er viktig fordi den påvirker publikum til å være opptatt av enkelte saker fremfor andre. Det er en vanlig oppfatning blant medieforskere at selv om media ikke forteller publikum direkte hva de skal være opptatt av, har media i hvert fall en funksjon når det gjelder hva publikum skal mene noe om.

Dagsordenfunksjonen har sitt utspring fra en undersøkelse utført av de amerikanske medieforskerne Maxwell McCombs og Donald Shaw i forkant av det amerikanske presidentvalget i 1968, der de påviste at velgerne først og fremst var opptatt av de sakene mediene ga en sentral plass. Begrepet agendasetting brukes om medias evne til å sette dagsorden i opinionen. Maxwell McCombs legger fokus på medienes makt til å bestemme hva som skal være de viktigste temaene hver dag: ”Through their day-by-day selection and display of the news, editors and news directors focus our attention and influence our

perceptions of what are the most important issues of the day” (McCombs 2004:1).

Et arsenal av saker kjemper en iherdig kamp for å komme på medienes dagsorden, men bare et fåtall av disse ender opp på medienes agenda. Enkelte politiske saker står også lenger på medienes dagsorden enn andre. De politiske sakene som det er uenighet eller konflikt om har en tendens til å stå på dagsorden i lenger tid. Den norske medieforskeren Ragnar Waldahl peker på at ”Folk flest er i dag enige om at situasjonen i norsk helsevesen med lange ventelister for mange operative inngrep ikke er tilfredsstillende, og saken står i første rekke på dagsordenen fordi det ikke er enighet om hvordan forholdene kan bedres” (Waldahl 1998:216). James W Dearing og Everett M Rogers har gjort undersøkelser rundt hvilke samfunnsmessige saker som blir satt på medienes dagsorden: ”Although conflict is often what makes a social problem a public issue, as in the case of abortion, valence issues only have one legitimate side, such as drug abuse or child abuse” (Dearing og Rogers 1996:3).

I forbindelse med dagsordenfunksjonen er det vanlig å snakke om tre typer dagsorden, *medienes dagsorden*, den *politiske dagsorden* og *publikums dagsorden*. Det er videre en sammenheng mellom de tre dagsordenene, idet de påvirker hverandre. Medienes dagsordenfunksjon påvirker publikums dagsorden i form av at mediene setter rammene for samfunnsdebatten. Publikum har en tendens til å vektlegge de samme spørsmålene som mediene gir en sentral plass. ”Over time, the issues emphasized in news reports become the issues regarded as most important among the public. The agenda of the news media becomes, to a considerable degree, the agenda of the public. In other words, the news media set the public agenda” (McCombs 2004:2). Publikums dagsorden består for øvrig av relativt få saker. Dette har blitt kartlagt i form av undersøkelser fra opinionsbyråer, der publikum blir oppfordret til å nevne så mange temaer som mulig som opptar deres hverdag. Gjennomsnittet her er fire til fem saker per individ. ”In other words, if an issue is to climb the public agenda, it must push other issues down the agenda and eventually shove one of the earlier issues off the agenda” (Dearing og Rogers 1996:66).

Mediene påvirker også den politiske dagsorden via sin rolle som vaktbikkje. Dette ved at mediene eksempelvis setter søkelyset på kritikkverdige forhold ved samfunnet, som i neste trekk blir satt på politikernes dagsorden. På den annen side berører publikums dagsorden medienes dagsorden. Dette skjer blant annet når publikum skriver leserinnlegg. Derest er media avhengig av å selge produktet sitt til publikum, og må således tilpasse budskapet slik at det kan selge. Publikums dagsorden vil også kunne påvirke politikernes dagsorden ettersom politikerne og politiske partier hele tiden ønsker å høste appell og vinne velgere. Hvilke politiske saker publikum er opptatt av blir derfor viktig for den politiske dagsordenen. Den

politiske dagsorden vil på sin side påvirke både medienes og publikums dagsorden. For det første er politiske saker viktig nyhetsstoff og preger mediene. Videre er det rimelig å hevde at den politiske dagsorden påvirker publikums dagsorden. Dette ved at politikere og politiske partier fremmer forslag overfor stortinget, som igjen blir å finne på publikums dagsorden. Dersom en statsråd unnlater å ta en sak opp på politikernes dagsorden, og den nevnte saken samtidig befinner seg både på medienes og publikums dagsorden, vil den aktuelle politikerens miste kontroll over saken. "This is a politically dangerous position for an elected official such as a president, as well as for government agency bureaucrats, who then risk losing control over how the issue is defined and frame don both agendas" (Dearing og Rogers 1996:75).

For å kartlegge medienes dagsorden er det vanlig å foreta en innholdsanalyse av det enkelte mediet. Publikums dagsorden får man på den annen side klarhet i ved å se nærmere på opinionsmålinger. "The public agenda is usually measured by public opinion surveys in which a sample of individuals is asked a question originally designed by George Gallup: "What is the most important problem facing this country today?" (Dearing og Rogers 1996:17). Innblikk i den politiske dagsorden får man blant annet ved å studere et statsbudsjett eller lovendringer angående politiske temaer. Man må imidlertid ta hensyn til flere forhold. Undersøkelser rundt den politiske dagsorden er mer kompleks enn publikums- og medienes dagsorden. "Studies of policy agenda- setting display more variation in method, from depth interviews with elites, to surveys of public leaders, to time- series analyses of congressional voting behavior." (Dearing og Rogers 1996:89).

Medienes dagsordenfunksjon påvirker videre indirekte hvilke politiske partier som skal få mest positiv eksponering i mediene. Dette kan forklares ut fra at de forskjellige politiske partiene har sakseierskap til ulike politiske saker. Høyre har tradisjonelt hatt et sakseierskap til det politiske temaet skatt, mens Senterpartiet har et eierskap når det gjelder EU-spørsmålet. Arbeiderpartiet har på sin side historisk sett hatt eierskap knyttet til arbeidsledighet. "I norsk sammenheng kan man f. eks vise til Kristelig Folkepartis tilknytning til moralsk- religiøse spørsmål, Senterpartiets forhold til landbruket og distriktene og Arbeiderpartiets nærhet til arbeidstakernes interesser" (Aardal og Karlsen 2007:5). Når mediene setter de ovennevnte temaene på dagsorden i høy grad, vil også dette gagne partiene fordi de allerede har et klart standpunkt og eierskap til sakene. "When the media elevate one or the other issue to higher saliency, they are inadvertently helping the political party that "owns" that issue" (Dearing og Rogers 1996:62).

Media er imidlertid ikke publikums eneste kilde til informasjon om politiske spørsmål. "Personal experience, which includes conversations with our family, friends and co-workers,

also informs us about many issues” (McCombs 2004:60).

Nå vet vi altså at de politiske hendelsene som settes på medienes dagsorden har en innvirkning på publikum. Dette i form av at borgerne har en tendens til å prioritere de samme spørsmålene som er fremme i mediene og mediedebattene. I tillegg til at medias innhold vil influere hverdagslig kommunikasjon, vil også medias budskap berøre partiorganisasjoner som Høyre og FrP. De politiske nyheter som dominerer mediebildet har betydning for organisasjonenes egne medier fordi de legger premissene for hvilke politiske temaer som har aktualitet. Dersom eksempelvis media gir en lite flatterende omtale av et av Fremskrittspartiets forslag på stortinget, vil ofte partiets interne medier komme opp med en ny vinkling som svar på tiltale. En annen nær forbindelse mellom medias dagsorden og partiers egne medier inntreffer idet Høyre og FrP linker direkte til saker fra media på deres nettsteder.

Media påvirker to typer dagsorden, den *intrapersonlige* dagsorden og den *interpersonlige* dagsorden hos borgerne. Media påvirker publikums intrapersonlige dagsorden ved deres prioritering av politiske saker. Borgernes intrapersonlige dagsorden indikerer hvilke saker publikum kjenner til, hvilke nyheter de oppfatter som viktige og hva slags saker som former deres samfunnssyn. Medienes saksprioritering er også viktig for publikums interpersonlige dagsorden, hvilket indikerer hvilke saker de diskuterer med venner, familie og arbeidskollegaer.

I medieforskningen skiller man mellom begrepene *obtrusive* og *unobtrusive*. Politiske nyheter som hører til under kategorien obtrusive, er de sakene publikum har erfaring eller befatning med. De politiske nyhetene som faller inn under begrepet unobtrusive, er de sakene borgerne har få eller ingen interesse av. ”In theoretical terms, some issues are obtrusive, that is, they obtrude into our daily lives and are directly experienced. Other issues are unobtrusive. We encounter them only in the news, not directly in our daily lives” (McCombs 2004:60).

Personlig erfaring er utslagsgivende for hvor i stor grad borgerne føler engasjement i de politiske sakene. Når media omtaler et politisk tema som arbeidsledighet, vil dette appellere sterkest til de som er eller har vært arbeidsledige. Når publikum skal gi uttrykk for hva som er de viktigste sakene i samfunnet, teller imidlertid en rekke faktorer inn. I en opinionsundersøkelse fra Texas i 1996 har Maxwell McCombs avdekket følgende:

”The reasons given by respondents for naming a particular problem as ”the most important” were, in order from the most to the least frequently cited, civic duty, emotional arousal, personal interest, peer influence and self-interest” (McCombs 2004:55).

I form av informasjon i medlemsblader og på nettsider kan skillet mellom nyheter som publikum har erfaring eller befatning med (obtrusive), og nyheter som ikke er interessante

overhodet (unobtrusive) bli mindre. Det er rimelig å anta at medlemmer av politiske partier vil lese de interne publikasjonene med en viss interesse, ettersom vinklingen og fokuset hele tiden ligger på eget parti. Dermed kan det være lettere for medlemsmassen å føle identifikasjon med de politiske spørsmålene som settes på dagsorden. Media, på sin side, setter agendaen for et bredere spekter av partipolitiske spørsmål, der stort sett alle norske politiske partiene er representert. Mediene kan eksempelvis sette Rød Valgallianses syn på rushtidsavgift eller personalstrider i Venstre på dagsorden. Det er ikke sikkert at medlemmene til Høyre og FrP finner disse nyhetene like interessante som om deres egne partier skulle vært involvert i saken.

Videre kan medias agendasetting i forbindelse med utenriksspørsmål være problematisk for publikum. Maxwell McCombs utdyper: "There are many other public issues, especially in the realm of foreign affairs, where personal experience is greatly limited, if not non-existent" (McCombs 2004:60).

Når det gjelder medienes dagsorden har troverdigheten til selve mediet mye å si for hvordan publikum oppfatter de politiske nyhetene. Eksempelvis har aviser som VG og Aftenposten forskjellig tillit hos ulike deler av befolkningen. Medienes tillit blir gjenspeilet i form av publikums interesse for sakene de publiserer. Når eksempelvis tilliten blant befolkningen til en avis er liten, er publikum ikke lenger like villige til å gi selve avisen og dens innhold særlig stor oppmerksomhet. For at medlemmene av Høyre og Fremskrittspartiet skal ha tiltro til innholdet i partienes medlemsblader og nettsider, må også partienes informasjonskanaler opprettholde tilliten overfor medlemsmassen. Det er rimelig å hevde at det kan være lettere for partienes egne publikasjoner enn for media å bevare troverdigheten, ettersom medlemsblader og offisielle nettsteder er mindre utsatt for kritikk enn mediene. Høyre og FrP har likevel sannsynligvis mest å tjene på å opptre mest mulig profesjonelt i sitt informasjonsarbeid.

Videre avhenger medias dagsorden av den enkelte saks følelsesmessige preg. I 80-tallets USA fikk ikke sykdommen Aids noen stor oppslutning i mediene. Da det imidlertid kom for en dag at en kjent amerikansk skuespiller døde av Aids, kom saken på medias dagsorden. "Although the first AIDS cases were diagnosed in the United States in 1981, this issue did not attract much media attention until 4 years later, in mid-1985. By that time, more than 10.000 individuals had been diagnosed with AIDS, and about half that number had died" (Dearing og Rogers 1996:56)

2.2 Medienes tolkningsrammer

Det er ikke bare partienes saksprioritering som er sentral i undersøkelsen rundt forholdet mellom politiske partier og medlemmer. Hvordan informasjonskanalene til partiene vinkler sakene er også viktig for å kunne si noe mer, og gå i dybden utover den generelle saksprioriteringen. Framing, også kalt tolkningsrammer på norsk, defineres på følgende måte av den amerikanske medieforskeren Stephen D Reese: "To frame is to select some aspects of a perceived reality and make them more salient in a communication text, in such a way as to promote a particular problem definition, causal interpretation, moral evaluation, and/or treatment recommendation" (Reese 2001: 10).

Medienes tolkningsrammer har et generelt og et konkret perspektiv. Det konkrete perspektivet omhandler hvilke aspekter ved politiske nyheter mediene trekker frem og hvilke kilder de velger i sin nyhetsrapportering. "Det konkrete perspektivet ved medienes tolkningsrammer knytter an til hvordan de problematiserer politisk stoff, hvilke bakenforliggende årsaker de peker på, og hvilke løsninger de anviser" (Aardal, Krogstad, Narud og Waldahl 2004: 21). Det generelle perspektivet innenfor framing kan deles inn i to, episodiske og tematiske nyhetsrammer. Det er en viss forskjell på disse begrepene. Under episodisk framing blir politiske saker presentert enkeltvis. Shanto Iyengar definerer episodisk framing slik: "The episodic news frame takes the form of a case study or event – oriented report and depicts public issues in terms of concrete instances (for example, the plight of a homeless person or a teenage drug user, or an attempted murder" (Iyengar 1991:14). Tematisk framing er av mer abstrakt og generell karakter og går tidvis mer i dybden og ser sammenhengen mellom de politiske sakene. "Examples of thematic coverage include reports on changes in government welfare expenditures, congressional debates over the funding of employment training programs and the social or political grievances of groups undertaking terrorist activity" (Iyengar 1991:14). Særlig i forbindelse med fjernsynsnyheter blir tematiske nyhetsrammer ofte nedprioritert i politiske innslag grunnet begrenset sendetid. I tillegg vil innslag med en vinkling som må ta for seg relatert bakgrunnsmateriale i saksfremstillingen i mange tilfeller bli for omfattende å produsere. I forbindelse med valg brukes ofte episodiske tolkningsrammer som grobunn for medienes vinkling av politikk. "Finally the networks' preference for episodic reporting also emerges in the coverage of election campaigns. It is commonly accepted that the campaign, as described by television news, is primarily a horse race. Stories on the latest standings in the poll and delegate counts" (Iyengar 1991:15). Det Iyengar i korte trekk oppsummerer i det ovennevnte sitatet er at episodiske nyhetsrammer

følger i kjølvannet av at mediene prioriterer det politiske spillet snarere enn politiske saker med substans. Det som kjennetegner spillorienterte nyhetssaker, er at de handler om det taktiske aspektet ved politikk. Medieforsker Paul Bjerke peker på at ”spillorienterte artikler omhandler politisk posisjonering, kampen om regjeringsmakten, etablering av mulige koalisjoner og konstellasjoner” (Bjerke 2001: 91). Substansorienterte artikler omhandler partienes politiske standpunkt når det gjelder konkrete saker, som eksempelvis samferdsel, utdanning, helse og miljø.

Ettersom tematiske tolkingsrammer er av mer abstrakt og generell karakter enn episodiske nyhetsrammer, vil denne type tolkningsrammer i mange tilfeller kreve mer forhåndskunnskap av publikum. Tematiske tolkningsrammer innbyr til at publikum har en sammenhengende forståelse av samfunnets politiske saker. Ikke alle borgerne har de samme forutsetningene til å se sammenhenger og tilegne seg informasjon. En tematisk nyhetsrapportering kan derfor øke informasjonskløftene i samfunnet. I hermeneutikken (tolkningslæren) heter det at dersom man skal forstå helheten av en sak, må en samtidig forstå de forskjellige delene av denne. På den annen side vil publikum forstå de enkelte delene i en sak bedre om de har kunnskap om helheten.

Medieforskeren Donna L. Dickerson peker på at de amerikanske mediene i økende grad benytter seg av episodiske nyhetsrammer, med det resultat at nyheter blir personifiserte og forenklet. ”These ”episodic frames” are exemplars of Entman’s (1989) claim that the media use ”simplification, personalization and symbolization” in order to appeal to a broad audience” (Dickerson 2001: 163).

Stephen D. Reese fremhever at ”Frames are *organizing principles* that are socially *shared* and persistent over time, that work *symbolically* to meaningfully *structure* the social world” (Reese 2001: 11). Nedenfor utdypes Reese sitt sitat. Med at medienes tolkningsrammer *organiserer* prinsipper menes det at tolkningsrammene varierer i hvilken grad de organiserer informasjon. Enkelte ganger fokuserer eksempelvis medienes nyhetsrapportering på vinnere og tapere, andre ganger dyrker de frem helter og skurker. Medienes tolkningsrammer er videre basert på et abstrakt prinsipp. Reese utdyper: ”The frame is based on an abstract principle and is not the same as the texts through which it manifests itself” (Reese 2001: 14). For at publikum skal kunne forstå medienes tolkningsrammer må de deles med publikum, ofte med den konsekvens at mediene tidvis forenkler politiske saker. Dersom medienes tolkningsrammer vedvarer over tid, vil det i mange tilfeller være lettere for publikum å få engasjement i politiske saker. Innenfor temaet miljø kan mediene fokusere på et arsenal av politiske saker. Dersom de eksempelvis fokuserer på elbiler over tid, vil det være

lettere for publikum å ta standpunkt til saken. Videre har mediernes tolkningsrammer en symbolsk funksjon. Reese setter fokus på at selv om enkelte politiske spørsmål blir satt på mediernes dagsorden, er det langt fra sikkert at dette er samfunnets nøkkelspørsmål.

Tolkningsrammenes struktur er viktig for hvordan publikum oppfatter de politiske spørsmål. Enkelte spørsmål kan inneholde vinkling som publikum lett forstår: liv går tapt, liv reddes, negativt og positivt. Mediernes nyhetsrapportering kan også inneholde mer kompliserte tolkningsrammer, eksempelvis om hvor mye kjemikalier et CO₂- renseanlegg trenger.

Den amerikanske medieforskeren Shanto Iyengar retter fokus mot at mediernes tolkningsrammer bør være tydelige i forbindelse med politiske spørsmål:

”Framing should be particularly significant as a determinant of choice when the choice problem involves politics. Political issues are typically complex, political discourse is ambiguous, and levels of public knowledge about and interest in politics are low” (Iyengar 1991: 13). Iyengar peker her på at mange politiske saker er av innfløkt karakter og at borgerne i en del tilfeller mangler interesse for politiske nyheter. Eksempelvis kan miljø og klimaspørsmål i mediene fremstå som kompliserte. For medlemmer av Høyre eller FrP vil situasjonen være litt annerledes enn for mannen i gata som mottar informasjon i media. Det er rimelig å anta at partiets medlemmer er interesserte i norsk politikk, og at de derfor også vil fatte interesse for den politiske informasjonen i partienes medlemsblader og nettsteder. Når også publikasjonene inneholder informasjon om partiene og dets politikere, vil dette også kunne øke interessen for informasjonen.

Når det gjelder Høyre og FrP sine medlemsblader og internettsider vil det være naturlig at redaksjonene fører en patriotisk vinkling, til det beste for sine respektive partiorganisasjoner. Det er viktig å påpeke at politiske partiers egne informasjonskanaler har en annen terskel enn media når det gjelder bruk av tolkningsrammer. Blant annet kan partiene bruke publikasjonene til å kritisere politiske motstandere i sterk ordlag og sjargong. Selv om medlemsblader og nettsteder har et friere spillerom og mer patriotiske tolkningsrammer enn media, kan man ikke skrive hva som helst. I utgaven av Fremskritt 18 august 2007, gjør medlemsbladet et intervju med Ap-ordføreren Arne Storhaug i Bø i Telemark. Artikkelen, som også ble publisert på partiets nettsider, har følgende heading: ”Ap-ordfører vil ha mer FrP – politikk”, og ingressen går som følger: ”Ordfører Arne Storhaug i Bø i Telemark er ikke som andre Ap-ordførere. Han roser Fremskrittspartiet, og spesielt partiets samferdselspolitikk”. I artikkelen gir Storhaug FrP gode skussmål for sin samferdselspolitikk. Ordføreren greier videre ut om FrP som en god samarbeidspartner i Bø i Telemark.

Vi merker oss at Fremskritt har satt sin tolkningsramme på nyheten ved å gi

superlativer til FrP, og en lite flatterende omtale av Arbeiderpartiet. Dette kommer frem idet vi titter på to av artikkelens mellomtitler, hvor den ene sier ”Ap svikter” og den andre ”-Strålende FrP”. Det hører med til historien at de to mellomtitlene ikke inngår i artikkelens brødtekst, og derfor ikke kan relateres til direkte sitat fra ordførerens side. I påfølgende utgave av Fremskritt, datert 1. september 2007, kommer det imidlertid reaksjoner fra Arbeiderpartiet i kjølvannet av artikkelen. Under artikkelen ”Fremskritt beklager” kommer dette frem. Her fremgår det en beklagelse av medlemsbladet, samt at det kommer frem at Arbeiderpartiets ledelse er bestyrtet over to av mellomtitlene i artikkelen. På grunnlag av dette har medlemsbladet utformet følgende beklagelser ”Fremskritt beklager mellomtittelen ”Strålende FrP”, vi burde ha skrevet ”Glimrende forslag”. Fremskrittspartiet beklager mellomtittelen ”Ap svikter”. Vi burde ha skrevet ”Kritikkverdig av Ap”. Bakteppet for denne beklagelsen er at Arbeiderpartiets informasjonssjef, Sindre Beyer, uttalte følgende til VG-nett: ”Vi syntes dette er veldig spesielt. De beskylder oss for å drive en skitten valgkamp, og da bør de ha orden på egne nettsider. Ingen regner med at slike nettsider er nøytrale, men dette er langt over grensen”. (Fremskritt nr 15:1.09.07). Eksempelet ovenfor viser at Arbeiderpartiet er misfornøyd med Fremskritt sine tolkningsrammer i et politisk intervju, der FrP benytter seg av en Ap-politiker sine utsagn til å sette seg selv i en komfortabel situasjon og Arbeiderpartiet i et negativt lys ved hjelp av to mellomtitler som søker å få frem kontrastene mellom partiene. Eksempelet viser oss også at medlemsblader og partiers nettsted har en viss spennvidde, all den tid Ap sin informasjonssjef klager på artikkelen på VG-nett.

Aardal, Krogstad og Narud peker på at media fritt kan velge hvordan de skal vinkle en sak ”Enhver politisk sak kan presenteres på ulike måter avhengig av hvilket ståsted mediene velger, hvilke tolkningsrammer de benytter, og hvilke aspekter ved saken de vektlegger” (Aardal, Krogstad, Waldahl & Narud 2004: 21). Ettersom det er partiene som har kontroll over tolkningsrammene i medlemsblader og på nettsteder, er det lite som tyder på at noe er overlatt til tilfeldighetene. Når redaksjonen velger hvilket perspektiv de skal legge vekt på i en sak, vil det være naturlig å tenke strategisk overfor mottakergruppe ettersom informasjon er en viktig del av organisasjonsbygging.

For en som vil analysere tolkningsrammene i politiske partiers interne publikasjoner, vil det første steget handle om å kartlegge *kjernerammen* i partienes fremstilling av politiske saker. Mer spesifikt vil en undersøkelse av artiklenes kjerneramme handle om å finne ut av hvordan partiene vinkler og hvilket perspektiv de trekker frem i artiklene sine. I en artikkel kan avsenderen trekke frem en rekke perspektiver. For å kunne peke på hva som er kjernerammen i en tekst, må det derfor gjøres en tolkning av hva som er hovedvinklingen og

hovedperspektivet til de politiske partiene. Steg to i prosedyren som skal kartlegge tolkningsrammene til Høyre og Fremskrittspartiet vil undersøke hvilke perspektiver ved deres saksfremstilling som *neglisjeres*. Grunnen til at det er relevant å spørre hvilke perspektiv partiene neglisjerer, men som det ville vært naturlig å fokusere på, er fordi dette kan være en form for strategisk tilsløring fra avsenderens side. Det tredje steget i analysen vil søke svaret på hvilke *løsninger* partiene anviser i sine politiske saker. I partienes medlemsblader og nettsteder er det rimelig å tro at Høyre og Fremskrittspartiet tar opp politiske temaer som de er uenige med regjeringen i. Dette steget ønsker derfor å undersøke hvilke løsninger partiene selv foreslår i sine tekster. Det fjerde og siste steget i analyseprosedyren for partienes tolkningsrammer vil dreie seg om å finne ut hvilke *konsekvenser* partiene peker på i tekstene sine. Både Høyre og Fremskrittspartiet fokuserer i sine tekster på hvilke konsekvenser diverse politiske tiltak vil få for de norske borgerne. Hvilke konsekvenser setter de søkelyset på?

Grunnen til at det er viktig å kartlegge partienes tolkningsrammer er fordi disse påkaller publikums oppmerksomhet mot visse aspekter i teksten og deres forståelse av temaene som tas opp. ”Medienes tilrettelegging har imidlertid sitt motsvar i publikums reaksjoner og egne tolkninger”. (Aardal, Krogstad, Waldahl & Narud 2004: 22).

2.3 Retorikk

For å forstå hvordan Høyre og Fremskrittspartiet skaper troverdighet og tillit overfor sine medlemmer, er det viktig å ha kunnskap om *retorikk*. Professor Øivind Andersen mener at når mange retorikere definerer retorikk som læren om å tale godt, tenker vi straks på språk og stil, i det hele tatt på formen. Idealet med retorikken bør være at noe skal fremstilles på en god måte. ”Retorikk er de trekkene ved en fremstilling som en taler eller forfatter mener vil bidra til at han oppnår sine hensikter” (Andersen 1995:19).

For den som vil utføre en retorisk analyse av medienes innhold, er det naturlig å begynne med å undersøke *tekstens kontekst*. Mer spesifikt dreier tekstens kontekst seg om å kartlegge tekstens sjanger, den retoriske situasjonen, hvem som er publikum og hvem forfatteren av teksten er. Det vil i et senere avsnitt i oppgava bli gjort rede for sjangere på nettsteder og i medlemsblader. Det finnes imidlertid også retoriske sjangere. De svenske medieforskerne Maria Karlberg og Brigitte Mral peker på at de klassiske retorikken deler inn taler (og andre overtalende tekster) inn i tre sjangere, *genus deliberativum*, *genus demonstrativum* og *genus judicale*. ”Genus deliberativum är de politiska talens genre. Talaren eller författaren förordar eller avråder en viss handling och målet är att debatten ska leda till ett gemensamt beslut” (Karlberg og Mral 1998:22). Det er imidlertid ikke bare i politiske

debatter at genus deliberativum finner sted. Diskusjoner som handler om beslutninger på arbeidsplassen, i organisasjoner eller i familien hører også hjemme i nevnte gruppe. Innunder genus demonstrativum finner vi seremonielle taler, mens genus judicale er genren for den juridiske talen. Det er ikke bare i rettssaler den juridiske talen er aktuell i dag. I media anklages politikere, forretningsmenn og øvrige offentlige personer for å ha dårlig moral. Derneft er det viktig å få klarhet i forholdet mellom avsender og publikum. For at avsenderen skal få uttelling for sine argumenter, er det viktig at publikum har tilstrekkelig forhåndsinformasjon om temaene som tas opp.

Det neste naturlige steget i en retorisk analyse vil være å undersøke tekstens *disposisjon*. En tekst består av flere faser, og spesielt i begynnelsen er det viktig for forfatteren å knytte kontakt med publikum. Mislykkes forfatteren innledningsvis, kan han risikere å tale videre for døde ører. Øivind Andersen setter fokus på at ”I skoleretorikken blir det til en fast formel at innledningen skal gjøre tilhørerne velvillige, oppmerksomme og lærevillige; vi kan også si positive, interesserte og reseptive” (Andersen 1995:47). Ved å rose publikum gjør avsenderen tilhørerne positive. Ettersom innledningen på en tekst ofte anvendes til å gjøre mottakerne oppmerksomme, kan innledningen også brukes til å mistenkeliggjøre motstanderen. Etter innledningen kommer tekstens midtdel eller saksfremstilling. Det er vanlig at de sterkeste argumentene i en tekst legges på starten og slutten av en tekst. I avslutningen på en tekst holdes det som oftest en appell. Avslutningen (*conclusio*) kan anvendes til å gi i en påminnelse på hovedpunktene i teksten. Det er videre vanlig at avslutningen er preget av følelser. ”Det er retorisk skolelærdom at patos først og fremst hører hjemme mot slutten av en tale. Cicero, som var en mester i å fremkalle patos, fikk gjerne ordet sist når det var flere talere om en sak” (Andersen 1995:47).

Det tredje steget i en retorisk analyseprosedyre vil være å kartlegge tekstens *grunnleggende midler for å overtale publikum*. I retorikken snakker man om tre ulike måter å overtale på, etos, logos og patos. Det er vanlig å snakke om at gjennom etos skal forfatteren behage publikum. Ved hjelp av logos skal avsenderen belære mottakerne, mens ved bruk av patos skal avsenderen bevege publikum. Selv om retorikk primært omhandler hvordan en retor skal overtale eller overbevise sitt publikum, handler også retorikk om å tilfredsstille sin målgruppe på andre måter. ”En taler ønsker nemlig ikke bare vinne tilslutning, han vil også vekke beundring og bifall” (Andersen 1995:57). Å studere etos handler om å få rede på hvordan taleren, organisasjonen eller den som står bak teksten framstiller sin identitet. Ettersom etos omhandler avsenderen eller organisasjonenes karakter, er det vesentlig å kartlegge hvilken fremtoning og atferd de har. Tilhørerne skal merke at det er en klok og

uklanderlig person de har foran seg, og at denne personen vil publikums beste.

Karlberg og Mral fremhever at ”Ethos h nger samman med språkhandlingen *delectare*, som betyr behaga, roa og v kka f rtroende” (Karlberg og Mral 1998:33). Et kriterium for   oppnå et godt etos er for det første   snakke sant. I noen tilfeller hjelper det likevel lite at avsenderen snakker sant dersom han eller hun ikke har troverdighet hos borgerne på forhånd. Publikum bedømmer politiske nyheter ut i fra mange etosfaktorer. Brukes troverdige kilder i nyhetsrapporteringen? Hvordan er publikums oppfatning av det aktuelle mediet? Hvem er forfatteren bak den politiske nyheten?

Som vi så ovenfor har troverdigheten til kildene det aktuelle mediet nytter mye   si for hvordan mottakerne oppfatter saken som presenteres. Jens Kjeldsen peker på at ”Jo mer troverdige kilder du henviser til, desto mer troverdig er det sannsynlig at du selv blir oppfattet. Du kan også vinne troverdighet på   sitere en motpart eller fiende” (Kjeldsen 2006:130).

I enkelte tilfeller kan en organisasjon styrke sin etos ved   trekke inn eksterne aktører som kjendiser eller eksperter i sin markedsføring av et produkt. Dette trekket blir i faglitteraturen omtalt som sponsoreffekten. Effekten kjenner vi fra reklamens *testimonials*. ”Ordet kommer fra det latinske *testes*, som betyr vitne. I testimonials fremstiller man mennesker, gjerne både kjente og anerkjente som sannhetsvitner eller garanter for et produkt” (Kjeldsen 2006:126). I reklamesammenheng er denne form for markedsføring relativt utbredt. Eksempelvis kan en organisasjon styrke sin merkevare ved   trekke inn en kjent person i sin markedsføring av produkter.

I organisatorisk sammenheng blir det ofte snakket om at en bedrift har god etos. Med dette menes det at organisasjonen har et godt rykte i opinionen. Jens Kjeldsen legger videre vekt på at tekstforfatteren bygger sin etos egenhendig gjennom de retoriske valg avsenderen foretar. ”Taleren konstruerer sin etos gjennom de synspunktene og argumentene han velger, måten han disponerer sin tale på, ordene og uttrykkene han bruker og måten han fremfører budskapet på.” (Kjeldsen 2006:116). Etos er noe du får tildelt av publikum. En talers etos kan videre forandre seg over tid. Publikum kan se på deg som en dyktig person, men samtidig upålitelig. Ett eksempel på dette er opinionens oppfatning av Carl I Hagen. I år 2000 anga hele 72 prosent i en MMI-undersøkelse at Hagen var en dyktig politiker. ”Likevel mente 40 prosent at Hagen var landets mest selvhøytidelige partileder, og 35 prosent mente at han ikke var til   stole på. Det samme mente 16 prosent av Fremskrittspartiets velgere. Dyktig, men upålitelig” (Kjeldsen 2006:121).

Logos omhandler de fornuftige argumentene fra avsenderens side. ”Taleren mobiliserer logos når han eller hun ”på grunnlag av de overbevisende momentene i hvert

enkelt tilfelle viser til hva som er sant eller sannsynlig” (Andersen 1995: 33). For en som analyserer partiorganisatorisk informasjon, vil et hovedspørsmål innenfor logos være å kartlegge hvordan taleren anvender seg av fakta og andre former for saklig argumentasjon for å overtale tilhørerne. En form for argumentasjon innenfor logos kan være å nytte tautologier. De norske statsviterne Daniel Heradstveit og Tore Bjørge peker på at en tautologi er et utsagn som alltid er sant, eller som en aldri kan være uenig i. En tautologi sier ingenting. Derfor kan en aldri være uenig i den. ”Dersom ein politikar seier at vi vil finne ei tenleg og rettvís løysing på dette problemet, vil ingen kunne vere usamde. Sidan ei tenleg og rettvís løysing alltid vil vere tenleg og rettvís, kan alle tolke det som dei vil” (Heradstveit og Bjørge 2000: 105). En tautologi kan også inntreffe når eksempelvis en setning er strukturert på følgende måte: ”P er sann eller ikke sann”. Mer spesifikt kan et slikt utsagn fortone seg som følgende: ”Det kommer nedbør i dag eller så blir det ikke noe nedbør”. I det nevnte sitatet fremgår det en helgardering fra avsenderens side. En påstand er enten sann eller ei. Den svenske journalisten Gunnar Fredriksson supplerer med å trekke frem at ”tautologier förekommer ofte i politiske teorier som rör sig kring vaga termer, t ex rättvisa, jämlikhet, framsteg, frihet, folkets vilje. (Fredriksson 1992:102)

Patos handler om følelser, både talerens egne og publikums. Avsenderen skal på sin side skape patos hos tilhørerne som et ledd i overtalelsen. Overtalelsen skjer ved hjelp av tilhørerne når teksten vekker følelser i dem. Karlberg og Mral mener at innen reklame og politikk arbeider man ofte med de motsatte følelsene frykt og håp for å overtale. ”Till exempel målar de politiska partierna gärna upp bilder av det vi fruktar i samhället: ekonomisk kris, arbetslöshet, miljöförstöring, kriminalitet och så vidare” (Karlberg og Mral 1998:35). Innenfor patos er det vanlig å snakke om medlidenhet. ”Medlidenhet defineres som en slags smerte av synet av noe ondt, ødeleggende eller smertefullt som rammer noen utfortjent, og som også en selv eller ens nærmeste må antas å kunne bli utsatt for” (Andersen 1995:38). I forbindelse med partipolitiske tekster trekker gjerne politiske rivaler frem patosrelaterte argumenter som går ut på at en politisk aktør eller et politisk parti svikter befolkningen. ”Gäller det en moralisk argumentering framhävs kanske människors eller partiets skyldighet att engagera sig för en sak eller att ta ställning. Och slutligen kan talaren tilltala publikens rättkänsla genom att påvisa de rättigheter som medborgaren har i samhället. (Karlberg og Mral 1998: 43).

Det fjerde steget i en retorisk analyse vil være å foreta en *analyse av argumentene* i teksten. Innenfor politiske publikasjoner finnes det et mangfold av tekster som bruker ulike argumentasjonsmønstre. Vi kan eksempelvis tenke oss at Høyre eller Fremskrittspartiets

lederartikler i deres medlemsblader inneholder mer omfattende og annerledes argumentasjon enn i en hyllingstale av en av partiets politikere. Enkelte tekster vil også henvende seg til publikum på ulike måter. Øyvind Andersen skriver at i retorisk kommunikasjon er ”*evnoia* tjenestevilligheten overfor dem som trenger det, ikke mot gjengjeld eller for å oppnå noe, men for mottagerens skyld” (Andersen 1995:36).

En forfatter av en tekst kan bruke mange ulike argumenter i den hensikt å påvirke publikum i ulike retninger. Innenfor retorikken snakker man om *etosargument*. Dette finner sted når en taler eller tekst henviser til autoriteter. ”Oftast handlar det om att argumenten hämtas från någon auktoritativ källa. Man kan hänvisa til den egne auktoriteten som vetenskapsman, läkare eller också ”vanlig svensk kvinna med både fötterna på jorden” (Karlberg og Mral 1998:40). Et annet *etosargument* finner sted når forfattere bak en tekst klarer å skape en vi-følelse med tilhørerne. ”Samhörighetskänslan kan åstadkommas rent verbalt genom att talaren hänvisar till intressen, värderingar och annat som hon delar med publiken. Hänvisar han till gemensamma intressen, ideal, värderingar och erfarenheter? Uttrycker han somhörighet med icke-verbala medel, i så fall hur?” (Karlberg og Mral 1998:33). Videre peker flere studier på at det er større sannsynlighet for at en avsender vil få styrket troverdighet hvis vedkommende argumenterer for noe annet enn det publikum forventer. ”La oss si at en politiker er kjent for å være mangeårig representant for parti A, men likevel velger å anbefale en representant for parti B. Da vil vi normalt tilskrive ham troverdighet. I alle fall når disse forventningene er skapt av mottagernes viten om taleren.” (Kjeldsen 2006:129)

I retorikken er det også vanlig å snakke om *logosargumenter*. Karlberg og Mral trekker frem at tall og statistikk kan brukes som argumentasjon for å overtale publikum ”I tal och debattartiklar, men även i bilannonser, anføres gärna statistikk, siffror eller facktermer som argument” (Karlberg og Mral 1998:40).

Videre er det særlig to argumentasjonsformer som er sentrale innenfor logos, eksempelet og enthymemet. Eksempelet henviser til et kjent enkelttilfelle for å argumentere for en sak. Bruk av eksempel er en måte å bringe en fremmed autoritet inn i saken på. Eksempelvis kan et politisk parti i deres interne publikasjoner vise til hvorfor en rikskjendis stemmer på deres parti. Et eksempel er imidlertid ikke bare til etterfølgelse. Eksempler kan også brukes som advarsler. Positive eksempler kalles protreptiske, negative apotreptiske. Eksempler er ofte historiske. Øyvind Andersen trekker frem at de historiske eksemplene er særlige nyttige når en rådslår om fremtiden. ”Nesten alle er enige om at bruken av eksempler er særlig på plass i deliberative taler, siden historien stort sett ser ut til å gjenta seg. Den

historiske erfaring avlegger dermed et slags vitnesbyrd for fornuften” (Andersen 1995:153). Ved bruk av enthymemet inviteres tilhørerne inn i talerens informasjon. I enthymemet er konklusjonen overlatt til publikum. Et eksempel på enthymem er utsagnet: ”Jeg tror det ikke; det er en politiker som har sagt det” (Andersen 1995:150). Dette sitatet inneholder en latent påstand om at politikere pleier å lyve.

Medieforskerne Mral og Karlberg mener at argumentene i en tekst blir sterkere dersom det finnes *antitese* i teksten. Med *antitese* menes argumentasjon for egen sak og mot motstandernes sak. ”Argumenterar talaren både för egen sak och mot motståndarsidans? I valdebattar förekommer detta ofta då politiker i samma tal både lovordar det egna partiets politikk och klandrar motståndarsidans” (Karlberg og Mral 1998:37)

Øivind Andersen peker på at en taler ikke behøver å lete etter argumenter i hytt og vær. Han kan gå til bestemte steder hvor synspunktene eller poengene så å si ligger på lager. Ordet for et slikt sted eller argumentasjon er *topos* (*topoi* i flertall). I praktisk argumentasjon kan et *topoi* se slik ut: ”(mulig/ikke mulig): Hvis den ene av to ensartede ting er umulig, er den andre det også. Hvis den vanskeligste av to ting er mulig, er den letteste det også. Hvis det er mulig å gjøre noe på en utmerket måte, er det også mulig ganske enkelt å gjøre det” (Andersen 1995:155). Andersen trekker videre frem en argumentasjonsstrategi han kaller for strategisk *topoi*. Han mener at mange slike argumentasjonsformer passer bedre til angrep og undergraving enn til konstruktiv bevisføring (de er oftere ”refutatoriske” enn ”demonstrative”). Andersen gir oss følgende eksempler: ”(- motsetning): Dersom det er krigen som er årsak til våre nåværende ulykker, må en råde bot på det med fredens midler” og ”(- snu et angrep mot motparten=: Da Aristofon spurte Ifikrates om han ville forråde flåten for penger, avviste han det og sa: ”Du, en Aristofon, ville ikke selv forråde den, og så tror du at jeg, en Ifikrates, ville gjøre det” (Andersen 1995:157). Andersen legger til at ifølge Aristoteles forutsetter en slik *topoi* at motstanderen ikke har det beste rykte.

Det femte steget i den retoriske analyseprosedyren vil ta for seg hvilken *stil* og *språklige virkemidler* som finnes i tekstene som analyseres. Tekstens stil er viktig å kartlegge fordi det handler om hvilket stilnivå avsenderen tilnærmer seg mottakeren med. Generelt kan vi snakke om at en tekst kan ha tre stilnivåer, høystil, mellomstil og lavstil. Den førstnevnte er høytydelig, høytravende; vanlige eksempler er hyllingstaler og lovtekster. Mellomstilen finner du gjerne i nyhetene, mens lavstilen ofte er et gatespråk som kjennetegnes av slang eller banning (Ihlen og Robstad 2004: 118). Tekstens språklige virkemidler er viktig å analysere for å finne ut hvordan en taler gjør en tekst uttrykksfull. Videre danner språklige virkemidler som metaforer og metonymi assosiasjoner hos publikum. Det er derfor naturlig å drøfte i

hvilken retning teksten prøver å lede publikum ved hjelp av språklige virkemidlene. En taler kan ta i bruk forskjellige troper i sin tekst. Troper får vi når man benytter visse ord til fordel for de ordene som egentlig hører til saken, og som altså er naturlige, normale eller mer nærliggende. Tre hyppige brukte troper i medietekster er perifrase, metaforen og metonymi. Perifrase indikerer at man kan uttrykke seg mer ordrikt ved å nytte synonymmer. ”Byen mellom de syv fjell for Bergen” (Andersen 1995:71).

En metafor får vi når et begrep hentes fra et område, og blir brukt som bilde på noe annet i en ny kontekst, og dermed får ny mening. Eksempel: Regjeringen lar retorikken blomstre. ”Metaforen innebærer en sammenligning: en ser noe likt i noe ulikt. Men metaforen gjør ikke sammenligningen eksplisitt. Mange metaforer kan gjøres om til sammenligninger bare en setter inn et ”som”: Petter er (som) en ulv i matfatet (Andersen 1995:157). Metaforer kan også være personifiserte. Dette indikerer at vi tilskriver ting som ikke er menneskelige – teorier, sykdommer, inflasjon osv. – menneskelige egenskaper. (Lakoff og Johnson 2003:36). Et eksempel i så måte kan være ”Vår største fiende akkurat nå er inflasjonen”.

Metonymi betyr på sin side at en forfatter skildrer en del i stedet for helheten, stedet for hendelsen eller gjenstand for bruker. Lakoff og Johnson eksemplifiserer hvordan en avsender kan skrive delen for helheten: ”Vi ansetter ikke hanekammer” og stedet for hendelsen: ”Husk Hiroshima” (Lakoff og Johnson 2003:39). Mens metaforen kan sies å bygge på likhet, bygger metonymien på en realforbindelse. Det vil si en kausal, romlig eller temporal sammenheng. ”Jeg kan eksempelvis utnytte forbindelsen mellom en forfatter og hans verker metonymisk ved å si at ”Jeg har sett mye Ibsen”. Dermed mener jeg naturligvis ikke at jeg har sett Ibsen selv, men at jeg har sett hans skuespill” (Kjeldsen 2006:198). I medieinnholdet kan vi også møte på øvrige troper som hyperbel og litotes. Hyperbel indikerer overdrivelse, eksempelvis et utsagn som ”Nå har jeg ventet på deg i 100 år” er en overdrivelse så sterk at det ikke kan tas bokstavelig. Litotes er hyperbelens motsetning. ”Med tropen litotes gjør vi det motsatte, vi underdriver for å fremheve, som når vi om en diger kar sier: Han er ingen smågutt”. (Kjeldsen 2006:204). Innenfor troper har også sitater og lignelser sin plass. Et eksempel på sitat er ”Att använda yttrande från andra mer eller mindre kända personer. Till exempel: R.W. Emerson lär sagt: - Jag hatar citat.” (Karlberg og Mral 1998: 49) En lignelse finner på sin side sted når en avsender ligner en sak med noe annet.

Nært opp til troper, finner vi ornamenter. Ornamenter er, i likhet med troper, innlemmet i retorikken fordi de handler om mediespråk. Ornamenter omhandler den bokstavelige mening. Innenfor denne gruppen finner vi alliterasjonen. Alliterasjon får vi når to eller flere ord begynner på samme konsonant i en setning. Eksempelvis ”Vardag, visioner,

pengar, passioner- ur en reklametext for Sparbanken” (Karlberg og Mral 1998:51).

Det sjette steget i den retoriske analysen dreier seg om å *formulere et analyseresultat* på grunnlag av de fem foregående stegene. Denne delen handler om å oppsummere det viktigste og det mest iøynefallende fra de øvrige delene av analysen. Samtidig bør også delen legitimere at analysen er holdbar. En retorisk analyse vil alltid ha et snev av subjektivitet. Det er derfor viktig å være åpen for flere mulige tolkninger av teksten. Riktignok må alltid en som studerer retorikken i medienes innhold argumentere for sin egen tolkning, men også peke på alternative tolkninger og innby leseren til egne refleksjoner.

3 Metode

Som vi har sett har oppgaven tre problemstillinger. Den første problemstillingen søker svaret på hvilke saker Høyre og Fremskrittspartiets setter på agendaen i egne publikasjoner som internettsider og medlemsblader i forkant av kommunevalget i september 2007.

Utgangspunktet for å finne svar på den nevnte problemstillingen er en kvantitativ innholdsanalyse av partienes publikasjoner. ”Med kvantitativ innholdsanalyse mener vi her dataregistrering og analyseteknikker som søker mot en systematisk, objektiv og kvantitativ beskrivelse av innholdet i et budskap” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:215).

Analysen er basert på de tre siste medlemsbladene til partiene før valget og nyhetsoppdateringene på partienes respektive nettsteder fjorten dager før valgdagen.

Oppgavens andre problemstilling vil analysere partienes vinkling i et utvalg av artikler i deres egne publikasjoner. For å finne ut av partienes vinkling brukes kvalitativ innholdsanalyse. Innenfor kvalitativ innholdsanalyse er det vanlig å snakke om tekstanalyse. ”Tekstanalyse er en generell betegnelse for kvalitative tilnærmingsmåter til tekster.” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:62). Det er nettopp tekstanalysen som er verktøyet som brukes for å finne ut av partienes vinkling. I en konkret analyse velger vi begrep og analyseredskaper som er best egnet til å belyse det eller de aspektene ved en tekst vi vil undersøke. Til å løse spørsmålet om partienes vinkling av politiske saker brukes tekstanalyse kombinert med en analyseprosedyre som er presentert i oppgavens teoridel under kapittelet om medienes tolkningsrammer. Prosedyren inneholder fire steg og stiller spørsmål som er relevante i forhold til å kartlegge partienes vinkling. Problemstilling nummer tre spør hvilke retoriske virkemidler partiene benytter seg av i et utvalg av artikler i egne publikasjoner. Også her er tekstanalyse vårt verktøy. Tekstanalyse av partipolitiske artikler kombineres her med en retorisk analyseprosedyre.

Som det fremgår ovenfor brukes en kombinasjon av kvantitativ og kvalitativ analyse for å besvare oppgavens problemstillinger. Østbye, Knapskog, Helland og Larsen kaller denne kombinasjonen for metodisk triangulering. ”Forskeren forsøker å kompensere for svakheter ved én metode ved å bruke også andre metodiske tilnærminger. Slik triangulering innebærer at en bruker både kvalitative og kvantitative metoder, eller at en bruker flere ulike kvantitative eller kvalitative metoder for å analysere en problemstilling” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:62). Den kvalitative undersøkelsen supplerer den kvantitative undersøkelsen som bare sier noe om hvilke temaer som tas opp i partienes egne informasjonskanaler. På denne måten får jeg anledning til å trenge dypere ned i tendensene og mønstrene som gjør seg gjeldene i den kvantitative studien. ”Den generelle oversikten som oppnås ved hjelp av kvantitative analyser kan være et viktig grunnlag for strategiske vurderinger av hvilke fenomener eller problemer som det er særlig viktig å fokusere ved hjelp av mer intensive, kvalitative oppfølgingsundersøkelser” (Grønmo 1988: 117). Det er nettopp fremgangsmåten som Grønmo peker på her som benyttes i min analyse. De kvantitative dataene utgjør grunnlaget for hvilke temaer det prioriteres å gå i dybden på. Mer om dette under avsnittet den kvalitative innholdsanalysen.

Det er viktig å påpeke at dette er en komparativ analyse av partienes egne medier. Fokuset underveis er derfor hele tiden på å måle partiene opp mot hverandre både når det gjelder saksprioritering, vinkling og retoriske virkemidler. Komparasjon er en vanlig fremgangsmåte i både kvantitativ og kvalitativ forskning i dag. ”Researchers compare cases to each other; they use statistical methods to construct quantitative comparisons: they compare cases to theoretically derived pure cases: and they compare cases’ values on relevant variables to average values in order to assess covariation” (Ragin 1987:1).

3.1 Innhentning av materiale

Innhenting av analysematerialet har gått for seg på følgende måte: Når det gjelder medlemsblader har de tre seneste medlemsbladene til Høyre og Fremskrittspartiet blitt fremskaffet ved at jeg personlig tok kontakt med partienes hovedkontorer i Oslo og deretter hentet medlemsbladene. Ved å følge partienes nyhetsoppdateringer dag for dag hos partienes nettsteder har jeg innhentet de politiske nyhetene på Høyre og Fremskrittspartiets offisielle nettsteder fjorten dager før valget. De politiske nyhetene er skrevet ut fra nettet til papir og deretter kategorisert dag for dag i mapper. I motsetning til medlemsblader, endres nettsteder kontinuerlig og er sånn sett mer utfordrende å analysere. Eksempelvis har partienes

nettredaktører muligheten til å redigere innholdet på de respektive nettstedene *etter* at det ble publisert første gang. Ettersom nettartiklene er skrevet ut til papir samme dag som de er lagt ut, unngår vi trolig partienes mulige redigering av tidligere nyheter. Begge partiene har nyhetsarkiv på sine nettsteder, der en kan gå tilbake i tid for å finne partipolitisk stoff.

3.2 Den kvantitative innholdsanalysen

Som det ble påpekt innledningsvis i metodekapittelet er den kvantitative innholdsanalysen utgangspunktet for oppgavens første problemstilling som handler om partienes saksprioritering i medlemsblader og nettsteder forut for valget. En kvantitativ innholdsanalyse dreier seg om å analysere et materiale som lar seg behandle som tall, eller som kan telles. ”Grovt og enkelt skissert, kan data karakteriseres som kvantitative dersom de uttrykkes i form av rene tall eller andre mengdetermer (f. eks mang, få, flere, færre, de fleste, de færreste osv.). Data som ikke uttrykkes på denne måten, er kvalitative” (Grønmo 1988: 95). Den kvantitative innholdsanalysen bør for det første være systematisk. Det betyr at vi formulerer generelle regler for hvordan materialet skal behandles. Dernest bør analysen være objektiv. Det indikerer at vi så langt som mulig prøver å redusere betydningen av enkeltforskerens skjønn. Målet er at andre kodere som går gjennom det samme eller tilsvarende materiale, skal kunne komme fram til samme resultat (intersubjektivitet). Min kvantitative innholdsanalyse er basert på temaklassifisering. Det vil si at hver artikkel kategoriseres etter hovedtemaet som tas opp i de forskjellige tekstene. ”De egenskapene eller variablene vi vil arbeide med, må springe ut av problemstillingene.” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:223). Ettersom problemstilling nummer én handler om hvilke politiske saker partiene setter på dagsorden i sine medlemsbladet og nettsteder i forkant av valget, er det hensiktsmessig å klassifisere sakene så godt det lar seg gjøre i politiske temaer. Å kode (registrere) materialet i partienes egne publikasjoner byr på visse utfordringer. Det er særlig to grunner til dette. Den første grunnen er knyttet til temaklassifisering av partienes saker. ”I hovedsak dreier temaklassifisering seg om å svare på spørsmålet hva? (Hvilke typer innhold bringer mediene?).” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:223). Denne type temaklassifisering kan bli problematisk når partienes saker er portrettintervjuer med partiets egne politikere. I slike tilfeller beskrives sakene med sjanger- i dette tilfellet et intervju. Den andre grunnen til at en kvantitativ innholdsanalyse av partienes egne informasjonskanaler byr på utfordringer, er at partiene tar opp vidt forskjellige politiske temaer i sine medlemsblader og på deres nettsteder. Eksempelvis kan Høyre fokusere sterkt på det politiske temaet arbeidsledighet på

deres nettsted, mens Fremskrittspartiet unnlater å sette temaet på agendaen. Dermed blir det vanskelig å utforme to like tabeller (én for hvert av partiene) med identiske kategorier. Det er utarbeidet egen tabell over hvilke temaer partiene presenterer på nett fjorten dager før valget. I tillegg har jeg lagd to forskjellige tabeller over temaer i partienes medlemsblader, en for artikler og en for notiser. Grunnen til dette er at medlemsblader inneholder informasjon med ulik lengde, der både lengre artikler og korte notiser er representert. Det er forskjell på notiser og artikler, all den tid tekstenhetene har ulik vekt. Kriteriet for at en partipolitisk nyhet havner innenfor notiskategorien er at den er under tjue linjer. I motsatt tilfelle blir alle saker over tjue linjer kategorisert innenfor tabellen med tilnavnet artikler. Alle tabeller med oversikter over det tematiske innholdet i partienes publikasjoner, inneholder i tillegg en beskrivelse av hvorvidt de politiske temaene er substans- eller spillorienterte artikler. De politiske sakene av substansiell karakter omhandler alltid ett spesifikt politisk tema, som eksempelvis samferdsel, helse og utdanning. Eksempler på spillorientert stoff er meningsmålinger og leder- og kommentarartikler. Det er også utarbeidet tabeller som viser oversikt over hvilke partier og politiske aktører Høyre og Fremskrittspartiet kritiserer i sine publikasjoner. Fremgangsmåten her er den samme som over med en liten forskjell. Her benyttes en tendensanalyse. ”En tendensanalyse går i retning av spørsmålet hvordan? (Presenteres temaet positivt eller negativt i forhold til bestemte aktører?)” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:223). Grunnen til at jeg søker svaret på hvilke partier Fremskrittspartiet og Høyre er mest kritiske til i sin egne formidling av politiske nyheter har med problemstilling nummer to å gjøre (partienes vinkling).

3.3 Den kvalitative innholdsanalysen

Problemstilling to og tre går i dybden på et utvalg av partipolitiske nyheter og undersøker hvilke vinkling og retoriske virkemidler partiene tildeler sine artikler. For å søke svar på de to nevnte problemstillingene brukes kvalitativ innholdsanalyse. Den kvalitative innholdsanalysen i medievitenskapen har sitt utspring fra europeiske teoritradisjoner, en forløper i humaniora er hermeneutikken. Et utgangspunkt for hermeneutikken er at meningen i tekster ikke alltid er umiddelbart tilgjengelig eller entydig. For å kunne avgjøre hva en tekst (lovtekst, religiøs tekst eller politisk tekst) skal bety, må den tolkes. En slik tolkning innebærer en omfattende tekstanalyse. Litteraturviteren Atle Kittang skiller mellom tre hovedmåter å tolke eller lese tekster på i litteraturvitenskapen: sympatisk, objektiviserende og symptomatisk lese måte. I min kvalitative innholdsanalyse har jeg benyttet meg av en

symptomatisk lese måte. ”Den symptomale lese måten ser på tekster som manifeste uttrykk for underliggende eller skjulte betydninger. Tilnærmingen bygger på at tekster er formidlere av betydninger som produsenten ikke har oversikt over eller er seg bevisst”. (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:64). Når det gjelder spørsmålet om hvilken vinkling partiene bruker i et utvalg av artikler i sine medlemsblader og nettsteder, er det hensiktsmessig å undersøke teksten både på overflaten og dens latente funksjon for å finne ut hvilke perspektiv ved de politiske nyhetene partiene trekker frem. Videre er vi nødt til å vite hva vi leter etter i tekstene. Vi leter selvsagt etter hvilke tolkningsrammer partiene bruker, men siden tolkningsrammer er et meget vidt begrep og for å få ett mer strukturert og konsekvent svar på dette spørsmålet, trenger vi hjelp av en felles analyseprosedyre som går igjen i alle analyserte tekster. Min analyseprosedyre omfatter begreper fra både Aardal, Krogstad og Naruds *I Valgkampens hete* og Øyvind Ihlen's *Petroleumsparadiset*. Prosedyren er dels basert på det konkrete perspektivet ved medienes tolkningsrammer som det ble greid ut om i teoridelen. Det konkrete perspektivet ved medienes tolkningsrammer ser på hvilken vinkling mediene gir en sak, hvilke løsninger de anviser og hvilke perspektiv ved sakene som det ville vært naturlig å fokusert på, men som neglisjeres. I vår analyseprosedyre over partienes tolkningsrammer spør vi nettopp om hvilke løsninger partiene anviser og hvilke perspektiver partiene neglisjerer. Disse to spørsmålene er hentet fra boka *I Valgkampens hete*. I tillegg har jeg hentet inspirasjon fra Øyvind Ihlen's bok *Petroleumsparadiset*. Ihlen knytter to spørsmål til sin analyse av oljeindustriens tolkningsrammer som jeg har valgt å anvende i min analyse av partienes tolkningsrammer. Ihlen definerer i sin analyse en kjerneramme som han ser på som det viktigste budskapet til avsenderen. Ihlen ser også etter hvilke konsekvenser en forfatter av en tekst skisserer. Innenfor partipolitisk informasjon er det vanlig at politiske partier formidler det de mener blir konsekvensene av rivalenes prefererte politikk på forskjellige politiske områder som eksempelvis helse, utdanning og skatt. Ved å trekke frem slike konsekvenser søker politiske partier i mange tilfeller å redusere motstandernes troverdighet på forskjellige politiske felt. Prosedyren er nedfelt i sin helhet i teoridelen under kapittelet om tolkningsrammer og anvendes i analysedelen senere i oppgava.

Det er viktig at ikke spørsmålene som stilles i analyseprosedyrene for tolkningsrammer og retorikk er de samme. Det er bakgrunnen for at min analyseprosedyre for partienes tolkningsrammer er satt sammen med akkurat og bare disse fire stegene. Eksempelvis opererer Ihlen med en prosedyre over tolkningsrammer som inneholder spørsmål som vedrører avsenderens bruk av troper, eksempler og slagord. Min analysemodell kan ikke inneholde slike spørsmål, all den tid disse overlapper med identiske spørsmål som stilles i den

retoriske analysemodellen.

Den retoriske analyseprosedyren som anvendes for å finne svar på den tredje problemstillingen har jeg hentet fra Maria Karlberg og Birgitta Mral sin bok ”Heder och påverkan”. Steg nummer fire i denne modellen heter egentlig argumentasjonsanalyse, men her har jeg valgt å gjøre en liten endring. Da en fullverdig argumentasjonsanalyse innebærer å strukturere argumenter i pyramideform, har jeg valgt å utelate dette og i stedet valgt å konsentrere meg om å blinke ut de mest iøynefallende argumentene til de politiske partiene og drøfte argumentenes funksjon i teksten. En fullverdig argumentasjonsanalyse vil være for omfattende å ta for seg i denne masteroppgava. Det fører til at mitt fjerde steg i den retoriske analysemodellen bytter ut tittelen *argumentasjonsanalyse* med tittelen *øvrige argumenter i teksten*.

Problemstilling to og tre er formulert på en slik måte at vi spør hvilke tolkningsrammer og retoriske virkemidler partiene anvender i sine interne publikasjoner. Med formuleringen ”partienes interne publikasjoner” menes et utvalg av artikler i Høyre og Fremskrittspartiets nettsteder og i deres medlemsblader. Dette utvalget er ikke tilfeldig, men basert på identiske temaer som partiene setter fokus på i sine egne informasjonskanaler forut for valget. Fra partienes nettsteder skal vi se nærmere på tre politiske temaer som begge partiene fokuserer på fjorten dager før valget. De tre temaene er i tur og orden eiendomsskatt, utdanning og helse/eldreomsorg. Det velges ut én artikkel fra hvert av de nevnte temaene som vi går i dybden på. Først ser vi på Høyres tolkningsrammer og retoriske virkemidler i forbindelse med deres presentasjon av det politiske temaet eiendomsskatt, deretter ser vi på Fremskrittspartiets. I denne prosessen er verktøyet vårt hele tiden tekstanalyse, i tillegg til våre nedfelte analyseprosedyrer for tolkningsrammer og retoriske virkemidler. Etter hvert avsluttende tema foretas det en sammenfattende analyse, der vi ser på likheter og forskjeller ved partienes formidling. Fra partienes medlemsblader skal vi se nærmere på to temaer som begge partiene prioriterer i forkant av valget. De to temaene er partienes lederartikler og hvordan partiene beskriver sine muligheter ved lokalvalget i Oslo høsten 2007. Hvordan partiene formidler sine betraktninger rundt Oslo fylke har med lokalvalgkampinformasjon å gjøre. Lokalvalgkampinformasjon er en egen kategori i den kvantitative delen av oppgava. I min analyse av partienes lokalvalgkampinformasjon anvender jeg den samme fremgangsmåten som er skissert ovenfor i forbindelse med partienes artikler på nett. Når jeg derimot skal analysere partienes lederartikler i deres medlemsblader, benytter jeg meg av en litt annen analysemodell. For det første analyseres samtlige lederartikler i partienes tre seneste medlemsblader forut for valget. Derneft er det verdt å peke på at mens Høyre har tre

lederartikler i sine tre medlemsblader, har Fremskrittspartiet seks. På tross av dette har jeg valgt å innlemme alle kommentarene i analysen, med det resultat at Fremskrittspartiet får større omtale enn Høyre. Grunnen til at jeg har valgt å gjøre dette er et ønske om å utføre en forløpsanalyse av partienes lederartikler. En slik forløpsanalyse vil blant annet avdekke hvorvidt tonen i partienes kommentarer forandrer seg i takt med at valget nærmer seg. For å kunne iverksette en forløpsanalyse bør derfor nødvendigvis alle lederartiklene til partiene være med. Forløpsanalysen som benyttes er relativt identisk med den prosedyren som gjelder for de øvrige tekstene, men med ett unntak. I forløpsanalysen av partienes lederartikler følger jeg ikke den retoriske analyseprosedyren slavisk, men peker på iøynefallende og det jeg mener er viktige trekk ved kommentarene. Grunnen til dette er at det ville blitt for omfattende å utføre en detaljert retorisk analyse over alle kommentarene i denne masteroppgaven.

3.4 Validitet

Grovt sagt betyr validitet det å måle det en sikter mot å måle. ”Validitet vil si gyldighet (eller troverdighet eller bekreftbarhet), og det går først og fremst på relevansen av data og analyse i forhold til problemstillingen” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:39). Sigmund Grønmo peker på at ”når en student kombinerer kvantitativ og kvalitativ metode og det er høyt samsvar mellom data om samme fenomen, tyder det på at disse metodene har tilfredsstillende ekstern validitet” (Grønmo 1988: 114). Som tidligere nevnt bruker jeg både kvantitativ og kvalitativ innholdsanalyse for å løse mine tre problemstillinger. I den kvantitative analysen (partienes saksprioritering) kommenteres det kort hva som skjuler seg innenfor ulike kategorier i tabellene. Innenfor kategoriene ”intervju” og ”enquête” i Fremskrittspartiets medlemsblader kommenteres det kort hva som skjuler seg innenfor de to benevnelsene, og her fremgår det at partiet stiller spørsmål om *hvorfor* intervjuobjektene stemmer på deres parti. Når noe av de samme tendensene blir avdekket i et utvalg av artikler i den kvalitative analysen (tolkningsrammer og retoriske virkemidler), er det grobunn for å drøfte hvorvidt det er en bevisst strategi fra Fremskrittspartiets hold å trekke inn eksterne aktører som bygger opp om partiets politikk. Jamfør sitatet til Grønmo kan dette være med på å styrke validiteten til metoden i oppgaven. ”Generelt kan vi si at kvantitativ analyse har sin styrke når det gjelder å holde høy reliabilitet, mens kvalitativ analyse kanskje kan bringe forskeren tettere inn mot kjernen av de teoretiske begrepene, og altså skåre høyt på definisjonsmessig validitet” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:39). I den

kvalitative analysen i denne masteroppgaven går jeg i dybden på et utvalg av partienes artikler i forkant av valget og det bringer meg tettere inn mot kjernen av de teoretiske begrepene.

3.5 Reliabilitet

Reliabilitet betyr pålitelighet og gjelder kvaliteten i innsamlingen, bearbeidingen og analysen av data. Som vi så i avsnittet ovenfor har kvantitativ analyse sin styrke når det gjelder høy reliabilitet. I kvantitative innholdsanalyser blir det gjerne foretatt en opptelling av elementer i medier, hvorpå disse elementene deretter kategoriseres i tabeller. Det være seg en opptelling av hvorvidt en avis fokuserer på spill eller substans i forbindelse med et valg eller en opptelling av hvilke politiske temaer en avis bringer på banen i løpet av en bestemt periode. For min del representerer det i første rekke en utfordring å kategorisere artiklene i partienes interne informasjonskanaler under korrekt temabenevnelse. Det er hovedbudskapet i de respektive tekstene som er utslagsgivende for hvilket tema de klassifiseres under. Enkelte tekster er det imidlertid problematisk å sette i bås, all den tid det ikke er et politisk budskap som blinker seg ut i noen av tekstene. Eksempelvis kan dette være et portrettintervju med en politiker eller en enquête der det foretas en rundspørking om ulike temaer. I slike tilfeller blir en beskrivelse av sjangeren mer dekkende enn en temabeskrivelse. At det ikke føres en konsekvent benevnelse over publikasjonenes temaer kan svekke oppgavens reliabilitet, all den tid det i problemstilling én stilles spørsmål om hvilke *temaer* partiene setter på agendaen. Det er tross alt en forskjell på tema og sjanger. I min innholdsanalyse byr det også på problemer å være fullt ut objektiv. ”Som medieforskere stiller vi oss normalt skeptisk til alle som hevder å være fullt ut objektive, og slik er det også i innholdsanalyse” (Østbye, Knapskog, Helland og Larsen 2002:216).

Reliabilitet kan testes. Dette kan iverksettes ved å utføre en intersubjektivitetstest. Flere forskere bør ideelt sett uavhengig av hverandre kunne komme til samme resultat ved analyse av det samme empiriske materialet. En intersubjektivitetstest dreier seg om at man måler samsvar mellom forskjellige forskeres koding av samme materiale. I denne undersøkelsen er det ikke blitt gjennomført noen intersubjektivitetstest. Grunnen til dette er mangel på ressurser. Det er derfor vanskelig å si om andre forskere ville kommet frem til samme resultatene i den kvantitative innholdsanalysen.

3.6 Analysematerialet

Nedenfor gis det en beskrivelse av informasjonskanalene som denne oppgaven tar for seg,

medlemsblader og nettsteder. Både Fremskrittpartiets medlemsblad, Fremskritt og Høyres medlemsmagasin, Muligheter inneholder informasjon formidlet gjennom forskjellige sjangere. Nyhetsartikkelen, kommentaren, notiser, saksintervjuet og portrettintervjuet er alle å finne i FrP og Høyre sine medlemsblader. På internettsidene til de to politiske partiene støter vi på den digitale nyhetsartikkelen. Nedenfor skal vi se kort på hvilke karaktertrekk disse sjangrene har, og vi begynner med sjangrene i medlemsbladene.

Nyhetsartikkelen kjennetegnes ved at den ofte har en fallende viktighet. Den gir den viktigste informasjonen først. Ettersom nyhetsartikkelen ikke har en avslutning og er lagd med tanke på at den skal kunne kuttet bakfra, bygges den ofte opp som en omvendt trekant.

Kommentaren eller lederartikkelen er en hyppig brukt sjanger i medlemsbladene til FrP og Høyre. Journalist og politisk kommentator i avisa Nordland, Stein Sneve, mener kommentar og lederartikkelen karakteriseres ved den analytiske stilen ”Formålet med kommentaren er at den skal være en subjektiv meningsytring, basert på kommentatorens personlige analyser og vurderinger” (Sneve 2002: 47).

Notisen inneholder korte opplysninger om et tema og er som oftest ikke signert av journalister. Notisen bør, i likhet med nyhetsartikkelen, ha en struktur som den omvendte trekanten.

Saksintervjuet innebærer at én spesifikk person blir intervjuet vedrørende en konkret sak. I motsetning til portrettintervjuet, er ikke hovedpoenget ved saksintervjuet å trekke frem personlige egenskaper og kunnskaper hos intervjuobjektet. Det er snarere selve *saken* som står i fokus.

Portrettintervjuet har et personlig fokus, og er en samtale med intervjuobjektet. Journalistene Trine Østlyngen og Turid Øvrebø fremhever hva som kjennetegner portrettintervjuet ”Intervjuet – spørsmål og svar i intervjusituasjonen – blir tyngdepunktet i artikkelen, supplert med bakgrunnsinformasjon og muligens små iakttakelser – observasjoner av personen under intervjuet” (Østlyngen og Øvrebø 2000:364).

Nettstedene til FrP og Høyre inneholder digitale nyheter. De digitale nyhetene skiller seg fra de vi kjenner til i medlemsblader. I kjølvannet av den digitale tekstkulturen har hypertekst dukket opp som et sentralt begrep. Hypertekst er et tekststruktureringsprinsipp som indikerer at beslektede tekstelementer er lenket elektronisk til hverandre. Hyperteksten er videre oppbygd av *noder*, *linker* og *pekere*. En node er en avgrenset tekstenhet. Eksempler på noder er en ingress og øvrige informasjonselementer. I hypertekst er ofte flere noder linket sammen. Forbindelsene mellom de ulike nodene kalles linker. En peker er linkens synlige forankringspunkt. Pekerne består vanligvis av et ord, og er gjerne uthevet eller understreket

slik at de fremheves fra vanlig tekst. En egenskap ved hypertekst er at publikum selv kan bestemme hvilken rekkefølge han eller hun vil utforske forskjellige tekster på. Dette står i kontrast til medlemsblader, der teksten er organisert i en på forhånd bestemt rekkefølge.

Nettsteder har stort lagrings- og distribusjonskapasitet. I motsetning til medlemsblader, som må trykkes opp og distribueres, er nettet en billig informasjonskanal. Den norske medieforskeren Martin Engebretsen peker på noe av egenarten ved nettbasert journalistikk

Gjennom denne type presentasjoner oppnår nyhetshus verden over at nyheter, slik man kjenner dem fra tradisjonell, papirbasert journalistikk, blir publisert på WWW. Og i høyere eller lavere grad blir mediets teknologiske potensial utnyttet til å supplere nyheten med visse mediespesifikke attributter: lenker til tidligere publiserte artikler eller andre relevante nettsteder; supplerende multimediale elementer; e-post kontakt mellom journalist og leser; direkte kopling mellom nyhetssak og debattseksjoner m. m (Engebretsen 2001: 86)

3.7 Fremskrittpartiets medlemsblad, Fremskritt

Medlemsbladet til Fremskrittspartiet heter Fremskritt og utkommer annenhver lørdag, med unntak av i juleferien og Juli måned. Fremskritt er formet som en vanlig papiravis i A3 format. Hver utgave av Fremskritt inneholder 20 sider partipolitisk stoff. Ansvarlig redaktør er Geir Almåsvoold Mo. Redaktør er Ole Martin Nicolaisen. I redaksjonen jobber én redaksjonssekretær, Tore Larsen, i tillegg til to journalister, David Lande og Trond Rasmussen. Med unntak av kommentarer, leserinnlegg og notiser (usignert), er alt stoffet i medlemsavisa forfattet av de fire nevnte medarbeiderne. Medlemsbladets forside har store likheter med en vanlig papiravis. Leseren blir her presentert for et sammendrag av bladets innhold. Ansikter av partiets egne politikere, støttet av sitater, dominerer bladets forsider. Fremskritt har videre en fast kommentarspalte i medlemsavisens andre side, slik vi kjenner til som en konvensjon i lokal- og riksaviser. Årets utgaver av Fremskritt er årgang nummer 33 i rekken.

3.8 Høyres medlemsblad, Muligheter

Medlemsbladet til Høyre heter Muligheter og kommer ut ti ganger i året. Muligheter er formet som et tradisjonelt magasin i A4 format. I motsetning til Fremskritt, som har et standardisert antall sider, varierer sideantallet fra 20 til 38 sider fra utgave til utgave i Høyres medlemsmagasin. Forsiden til Høyres medlemsblad inneholder oftest ett konkret bilde, flankert av tekst som sier noe om temaene som tas opp. Ansvarlig redaktør for Muligheter er Trond R. Hole. Redaktør er Christian I. Wangberg. Den øvrige redaksjonen teller ytterligere fem medarbeidere: Astrid Arnslett, Mudassar Kapur, Thomas Berg Olsen, Christian Angell og

Hans Kristian Hogsnes. I tillegg inneholder de fleste utgavene av Muligheter skriftlige bidrag fra andre i Høyres organisasjon. I motsetning til Fremskritt, er Muligheter et relativt nytt magasin. På Høyres nettsted står det å lese at bladet ble utgitt for første gang i februar i år. Det understrekes også at Høyres Avis og Tidens Tegn begge har vært abonnementsbaserte publikasjoner, men at det er først nå at Høyre satser på et eget blad til alle sine medlemmer.

3.9 Fremskrittspartiets nettsted, www.frp.no

Partiets logo og partifarge møter oss når vi entrer Fremskrittspartiets nettsted. All tekst er leservennlig, der den ligger på hvit bakgrunn. På Fremskrittspartiets nettsted finnes informasjon over et bredt politisk spekter. Partiprogram, pressemeldinger, partihistorie, organisasjonskart og vedtekter er bare noen få av mange informasjonstjenester som tilbys på partiets nettsted. Siden denne oppgaven kun baserer seg på nyhetsoppdateringene på partienes nettsider, skal vi ikke gå nærmere inn på annen type informasjon. Ansvarlig redaktør for nettsidene er Geir Almåsvoold Mo. Nettsidenes ansvarsområder er videre delt mellom Jarle M Alvheim som er nettredaktør og Ole Martin Nicolaisen som har stillingen nyhetsredaktør. Artiklene på FrP sin hjemmeside er i all hovedsak skrevet av de samme personene som skriver i partiets medlemsblad: Tore Larsen, Ole Martin Nicolaisen, David Lande og Trond Rasmussen. Det er verdt å merke seg at FrP ved noen få tilfeller publiserer nøyaktig samme artikkel i både medlemsblad og på deres nettsted.

Under valgkampen 2007 ble Fremskritt oppdatert med nyheter hver dag, med unntak av helgedagene. Fremskrittspartiets nyhetsoppdateringer veksler mellom *egenprodusert* og *eksternt* stoff. Den egenproduserte delen av nyheter er forfattet av FrP sin egen nettredaksjon. Den eksterne delen av stoff er hentet fra forskjellige nettaviser. De eksterne nyhetene som FrP publiserer på sin nettside får sin egenkomponerte ingress av nyhetsredaksjonen og en link til selve saken som befinner seg på et eksternt område.

3.10 Høyres nettsted, www.hoyre.no

I likhet med FrP, inneholder Høyres nettside partiets logo og partifarge. De forskjellige bannerne på nettsiden er designet i blått.

Høyres nettsted inneholder blant annet informasjon om partiets politikk, politikere, organisasjon og linker til lokallag. Nettstedet inneholder også en innloggingsfunksjon, der medlemmer kan logge seg inn på et debattforum i regi av partiet Høyre. Under et intervju med Hanne Hestvik ga Høyres Internettansvarlig uttrykk for nytteverdien av debattforumet

”Jeg må si at jeg takler gjerne en mer direkte debatt og kanskje både dårlig og upassende språkbruk innimellom fordi det er så viktig for oss å få tilbakemeldinger fra velgerne gjennom debatten” (Hestvik 2004: 238). Internettredaktør for Høyre sine nettsider er Sunniva Flakstad Ihle. Nyhetene på Høyres side er ikke utelukkende forfattet av Høyres Internettredaktør. Mange av artiklene er skrevet av Høyres egne politikere, deriblant partileder Erna Solberg og politiker Ine Marie Eriksen Søreide. Nettsiden ble oppdatert med nyheter hver virkedag under valgkampen 2007, både med *egenproduserte* og *eksterne* nyheter. Den eksterne andelen av Høyre sine nyheter inneholder en ekstern link til en nettavis hvor det befinner seg en artikkel som omfatter Høyre. Høyres eksterne nyheter får ofte tildelt en introduksjonstekst til saken, samt en peker med tilnavnet ”Les mer”. Denne introduksjonsteksten er basert på direkte utsagn fra den eksterne artikkelen.

4. Partienes saksprioritering i interne publikasjoner

Dette kapittelet omhandler partienes saksprioritering i interne publikasjoner. I de påfølgende underkapitlene skal vi i tur og orden se på partienes saksprioritering på nett og i deres respektive medlemsblader forut for valget.

4.1 Partienes saksprioritering på nett

Under de fjorten dagene før valget ble Fremskrittspartiets nettside oppdatert med 37 nyhetssaker. Høyres nettside ble på sin side oppdatert med 30 nyhetssaker under samme tidsrom. Som det ble påpekt ovenfor, består nyhetsoppdateringene på begge nettsidene av egenproduserte og eksterne nyheter. Det er ellers verdt å merke seg at Fremskrittspartiet ved seks anledninger publiserer de samme artiklene i både medlemsblader og på deres nettsted. Disse seks artiklene er i den kvantitative innholdsanalysen som følger bare kreditert under én informasjonskanal. Ettersom de nevnte artiklene først ble publisert i Fremskrittspartiets medlemsblad, er de kun medregnet i den opptellingen. Nedenfor følger en oversikt over andelen av eksterne nyheter på nettsidene.

Tabell 1

| Parti | Eksterne nyhetssaker i prosent |
|--------------------|--------------------------------|
| Fremskrittspartiet | 43,2 |
| Høyre | 20 |

Fremskrittspartiet gjør i større utstrekning enn Høyre bruk av eksterne nyheter ved deres nyhetsoppdateringer. Det er særlig én grunn til at differansen mellom partienes eksterne andel

av nyheter er omfattende. Mens Høyre tidvis publiserer nettartikler innenfor kategorien meningsmålinger med egne ord, linker Fremskrittspartiets nettsted direkte til eksterne artikler innenfor dette temaet. Høyre linker direkte til meningsmålinger ved halvparten av deres saker om temaet. De egenproduserte artiklene innenfor kategorien, inneholder ofte partiets lokalpolitikeres kommentarer til meningsmålinger. Fremskrittspartiet linker på sin side direkte til alle sine saker innenfor temaet meningsmålinger.

Tabellene nedenfor gir en beskrivelse av Fremskrittspartiets og Høyres prioritering av politiske saker på deres nettsteder. Tabellene gir også en grov oversikt over forholdet mellom substansielle og spillorienterte artikler på partienes respektive hjemmesider. I teoridelen henviste vi til Paul Bjerke som trakk frem at spillorienterte artikler omhandler politisk posisjonering, kampen om regjeringsmakten, etablering av mulige koalisjoner og konstellasjoner. Kategoriseringen som følger nedenfor baserer seg på Bjerkes definisjon av spillorienterte artikler, med ett unntak. Der Bjerke trekker frem regjeringsmakt, vil det her være naturlig å snakke primært om lokalmakt, ettersom analysen er gjort i forbindelse med lokalvalget 2007.

Substansielle artikler dreier seg på sin side om partienes politiske standpunkt når det gjelder konkrete saker, som eksempelvis samferdsel, utdanning, helse og miljø. Det er verdt å merke seg at enkelte av kategoriene, som kritikk av politiske motstandere, inneholder artikler som befinner seg i gråsonen mellom spill og substans. Politiske temaer som utdanning og skatt blir drøftet, men hovedfokuset er på feilene og manglende politisk vilje hos motstanderne. På grunnlag av dette er sakene under nevnte kategori ført opp under spill.

Tabell 2. Oversikt over saksprioritering ved Høyres nettsted

| Tema | Prosent | Spill/Substansielle saker |
|----------------------------------|----------------|----------------------------------|
| Meningsmålinger | 26,7 | Spillorientert |
| Interne partisaker | 20 | Spillorientert |
| Kritikk av politiske motstandere | 6,7 | Spillorientert |
| Utdanning/Skole | 10 | Substansielle |
| Samferdsel | 6,7 | Substansielle |
| Skatt/Eiendomsskatt | 6,7 | Substansielle |
| Kriminalpolitikk | 6,7 | Substansielle |
| Arbeidsledighet | 3,3 | Substansielle |
| Sikkerhet/Forsvar | 3,3 | Substansielle |
| Helse/Eldreomsorg | 3,3 | Substansielle |
| Klima/miljø | 3,3 | Substansielle |
| Udefinerbar | 3,3 | Udefinerbar |
| Totalt | 100 | Spill= 53,4% /Su= 43,3% |

N=30

Tabell 3. Oversikt over saksprioritering ved Fremskrittspartiets nettsted.

| Tema | Prosent | Spill/Substansielle saker |
|----------------------------------|----------------|----------------------------------|
| Meningsmålinger | 18,9 | Spillorientert |
| Interne partisaker | 16,2 | Spillorientert |
| Kritikk av politiske motstandere | 16,2 | Spillorientert |
| LO | 2,7 | Spillorientert |
| Samferdsel | 13,5 | Substansielle |
| Skatt/Eiendomsskatt | 10,8 | Substansielle |
| Innvandring/ Integrering | 8,1 | Substansielle |
| Helse/Eldreomsorg | 5,4 | Substansielle |
| Utdanning/Skole | 5,4 | Substansielle |
| Kriminalpolitikk | 2,7 | Substansielle |
| Totalt | 100 | Spill= 54% /Su= 46% |

N=37

Det mest iøynefallende ved tabellene er at Høyre og Fremskrittspartiet tar opp relativt få saker i den to uker lange perioden før kommunevalget. Av tabellene fremgår det at Høyre har marginalt større spennvidde i sine prioriteringer av politiske saker enn Fremskrittspartiet. Videre merker vi oss at både Fremskrittspartiets og Høyres digitale nyhetsoppdateringer vektlegger temaet meningsmålinger tungt i forkant av valget. Selv om vi har sett at Fremskrittspartiet linker direkte til betydelig flere saker om meningsmålinger enn Høyre, har Høyre en større andel saker vedrørende meningsmålinger enn Fremskrittspartiet. Av tabellene kan vi også lese at partiene har en jevn fordeling mellom artikler som inneholder spill og substans. Kritikk av politiske motstandere og meningsmålinger er to toneangivende kategorier hva angår fokus på det politiske spillet. Meningsmålingene dreier seg om den lokale makten i forbindelse med valget.

For mediene er meningsmålinger eksklusivt stoff. Fjernsynskanaler og riksavisene bestiller meningsmålinger av opinionsbyråer, da dette skaffer dem nyheter. Media tolker deretter meningsmålingene og avgjør hvilke partier eller politikere som får mest spalteplass. Fremskrittspartiets og Høyres nettedaksjon har mye meningsmålingsstoff å velge blant i massemediene når de avgjør hvilke saker de skal linke til. De svenske statsviterne Olof Petersson og Sören Holmberg peker på at ”Upp- och nedgångarna på väljarbörsen blir spännande läsning, precis som utfallet på aktiebörsen eller resultaten från allsvenskan i fotboll” (Petersson og Holmberg 1998:118). I tillegg til at meningsmålinger representerer et spenningsmoment for leserne, kan målingene også ha en annen funksjon. I teoridelen så vi Karlberg og Mral trekke frem at statistikk og siffer gjerne blir brukt som logosargumentasjon i tekster. I partienes artikler om temaet meningsmålinger er tekst støttet av tall, som fungerer

som argumentasjon for at det går riktig vei for partiene. Med tallenes klare tale er det grobunn for å hevde at ”Høyre er i vinden i Rogaland” eller at ”FrP fosser frem i Telemark”

I og med at mediene i stort omfang setter dagsorden for nyheter basert på meningsmålinger, blir det trolig en automatikk i at partienes nettsteder følger opp med å gjengi eller tilføre de aktuelle målingene en ny vinkling. Det er verdt å merke seg at partienes egne artikler om meningsmålinger har et lokalt fokus, der flere artikler kan være basert på samme måling. Vinklingen og fokuset ligger, særlig hos Høyre, på hvor stor prosent oppslutning målingene gir forskjellige kommuner i landet, hvorpå de respektive ordfører kandidatene blir intervjuet. Det som kjennetegner begge partienes saker om meningsmålinger på nett, er at det stort sett fokuseres kun på eget parti i teksten.

Videre kan vi lese av tabellen at Fremskrittspartiet har en betydelig større andel artikler knyttet til kritikk av politiske motstandere enn Høyre. Høyre setter på sin side et større fokus på utdanning, kriminalpolitikk og skolevalg enn Fremskrittspartiet. Begge partiers nettsteder er opptatt av temaene samferdsel, skatt/eiendomsskatt og helse, men Fremskrittspartiet utmerker seg med en større dekning av disse temaene. Det er også verdt å merke seg at Fremskrittspartiets nettsted setter innvandring/integreringspolitikk og en sak om LO på agendaen, mens Høyre ikke har noen saker om disse temaene. Ved andre politiske saker, som arbeidsledighet, sikkerhet/forsvar og klima/miljø er rollene snudd om, all den tid det er kun Høyres nettsted som fokuserer på disse sakene.

De politiske sakene som inngår under benevnelsen interne partisaker, innbefatter blant annet artikler om Høyre og Fremskrittspartiets ungdomsorganisasjoner, henholdsvis Unge Høyre og FpU. Sakene har primært fokus på skolevalget. Videre rommer kategorien saker hos både Høyre og Fremskrittspartiet, der partiene fokuserer på seg selv og sine respektive partiledere som valgkampens vinnere. Både Erna Solberg og Siv Jensen hylles som vinnere på partienes nettsteder. I disse sakene tas det ikke opp noe spesifikt politisk tema, artiklene handler om hvordan partilederne har opptrådt i diverse tv-debatter. Hos Fremskrittspartiet er også et par presentasjoner av Carl I Hagen inkludert i denne kategorien. Presentasjonene tar for seg Hagens rolle som eldregeneral.

4.2 Kritikk av politiske motstandere

I tillegg til artiklene som er merket med ”Kritikk av politiske motstandere”, inneholder også øvrig stoff elementer av kritikk rettet mot partier og enkeltaktører. Selv om disse artiklene er kodet med temaer som eksempelvis utdanning, helse og kriminalpolitikk, er kritikken et

tilstedeværende aspekt i teksten. Alle tekster fra partienes nettsider er derfor inkludert i analysen som knytter an til partienes kritikk av politiske motstandere. Både FrP og Høyres nettsider inneholder ti artikler som tar for seg kritikk av politiske rivaler. Nedenfor følger den prosentvise fordelingen mellom hvilke partier og aktører som kritiseres.

Tabell 4. Oversikt over kritikk av politiske motstandere på www.frp.no

| Sp | Ap | Sv | Regjering | Halvorsen | Storberget |
|------|------|------|-----------|-----------|------------|
| 10 % | 30 % | 10 % | 30 % | 10 % | 10 % |

N=10

Tabell 5. Oversikt over kritikk av politiske motstandere på www.hoyre.no

| Ap | Sv | Regjering | Haga | Djupedal |
|------|------|-----------|------|----------|
| 20 % | 10 % | 50 % | 10 % | 10 % |

N=10

Til tross for at analysen er basert på et lokalvalg, merker vi oss at både FrP og Høyre utelukkende kritiserer regjeringsaktører. Tabellene forteller oss videre at partiene retter mest kritikk mot Arbeiderpartiet og den sittende regjering. Inkludert i kategorien regjering er også kritikk som rettes mot benevnelsene venstresida og de rødgrønne. Benevnelsen venstresida impliserer partiene til venstre i det politiske landskapet, mens begrepet rødgrønn kan relateres til samarbeidet mellom regjeringspartiene Senterpartiet, Arbeiderpartiet og Sosialistisk Venstreparti.

FrP kommer med kritikk av Senterpartiet i én artikkel, mens Høyre utelater å kritisere dette partiet. Begge partiene retter kritikk mot politikere, idet Fremskrittspartiets nettside ser kritisk på finansminister Kristin Halvorsen, som omtales som et rentespøkelse, og justisminister Knut Storberget sine prioriteringer. Høyre retter på sin side kritikk mot kommunalminister Åslaug Haga for å bidra med valgkampens største frekkis, samt kunnskapsminister Øystein Djupedal, som Høyre mener fokuserer for mye på frukt og grønt i skolen og at dette går på bekostning av kompetansheving av lærere.

4.3 Partienes saksprioritering i medlemsblader

Informasjon i medlemsblader har en større variasjon av lengde enn artiklene på partienes nettsteder. I tillegg inneholder informasjon i medlemsblader et bredere spekter av sjangere enn hva tilfellet er på nett. I den kategoriseringen som følger nedenfor blir derfor artikler og notiser delt inn i separate tabeller. Bakgrunnen for dette er at notiser og dybdeartikler har ulik vekt, all den tid notiser er av betydelig mindre omfang enn den tradisjonelle artikkelen.

Kriteriet for å havne innenfor notiskategorien er at teksten er under tjue linjer. Det er verdt å merke seg at innen kategorien lokalvalgkampinformasjon befinner det seg artikler av både spillorientert og substansiell karakter. Ved dette tilfellet er prosentandelen av spill og substans markert ut i høyre hjørne.

Det første vi skal se på er antall artikler i Høyres og Fremskrittspartiets medlemsblader, og hvilke temaer som tas opp der. Kriteriet for å havne innenfor artikkelkategorien er at tekstene er over tjue linjer. Høyre har 36 artikler i sine tre seneste medlemsblader før lokalvalget, mens FrP har 71 artikler i sine seneste utgaver

Tabell 6. Oversikt over artikler i Høyres medlemsblad, Muligheter

| Tema/Sjanger | Prosent | Spill/Substansielle saker |
|------------------------------------|----------------|----------------------------------|
| Leder/Kommentar | 8,3 | Spillorientert |
| Kritikk av politiske motstandere | 5,6 | Spillorientert |
| Interne partisaker | 5,6 | Spillorientert |
| Lokalvalginformasjon | 52,8 | Sp= 23, 6 % Su= 29,2 % |
| Utdanning | 2,8 | Substansielle |
| Portrettintervju lokalpolitikere | 8,3 | Substansielle |
| Privatisering/konkurranseutsetting | 5,6 | Substansielle |
| Høyres landsmøte | 5,6 | Substansielle |
| Udefinerbare | 5,6 | Udefinerbare |
| Sum | 100 | Sp= 43,1 % Su= 51,5 % |

N= 36

Tabell 7. Oversikt over artikler i Fremskrittspartiets medlemsblad, Fremskritt

| Tema/Sjanger | Prosent | Spill/Substansielle saker |
|----------------------------------|----------------|----------------------------------|
| Leder/Kommentar | 8,5 | Spillorientert |
| Kritikk av politiske motstandere | 9,9 | Spillorientert |
| Interne partisaker | 8,5 | Spillorientert |
| Intervju | 11,2 | Spillorientert |
| Meningsmålinger | 1,4 | Spillorientert |
| Lokalvalgkampinformasjon | 22,5 | Sp=14,1 % Su= 8,4 % |
| Helse | 8,5 | Substansielle |
| Utdanning | 5,6 | Substansielle |
| Innvandring/Integrering | 5,6 | Substansielle |
| Likestilling | 4,2 | Substansielle |
| Eiendomsskatt | 2,8 | Substansielle |
| Samferdsel | 2,8 | Substansielle |
| Miljø/Klima | 1,4 | Substansielle |
| LO | 1,4 | Substansielle |
| Udefinerbare | 5,6 | Udefinerbare |
| Sum | 100 | Sp=53,6 % Su= 40,7 % |

N= 71

* Sp= Spill Su= Substans

Grunnen til den store differansen mellom antall temaer hos partiene må sees i lys av det faktum at FrP har dobbelt så mange oppslag som Høyre i den aktuelle perioden. Vi merker oss at begge partiene prioriterer det politiske spillet i sine medlemsblader. Det er overraskende at medlemsblader setter større fokus på det politiske spillet enn på substansielle saker.

Undersøkelser som har tatt for seg en innholdsanalyse av riksaviser i de senere år, har kartlagt en klar tendens til at den politiske journalistikken i økende grad fokuserer på det politiske spillet, særlig i forbindelse med valgkamp. Dette kan imidlertid begrunnes med at siden politiske spørsmål er innfløkte og skal ut til hele folket, må de politiske sakene forenkles for at borgerne skal kunne forstå budskapet. Konsekvensen blir da en spillorientert politisk journalistikk. Dernest skal mediene selge produktet sitt, og dermed kan veien være kort til en journalistikk som fokuserer på det politiske spillet. Når de politiske partiene blir fremstilt i tabeller etter oppslutning og politiske aktører tildeles terningkast i den siste valgdebattens kjølvann, får den politiske journalistikken et større preg av underholdning. Dette kan i sum føre til bedre salg. På grunnlag av dette skulle man ikke tro at interne publikasjoner som medlemsblader fokuserer så sterkt på det politiske spillet. Medlemsbladene er primært til internt bruk og skal ikke selges, på samme måte som en riks- eller lokalavis. At medlemsbladene setter det politiske spillet på agendaen kan vi se idet FrP blant annet fokuserer på intervjuer med utenforstående personer som stemmer på deres parti. Ved ett tilfelle blir to italienere, daglig leder Pino Li Favi og kokk Simone Castello ved den italienske restauranten Tosca i Oslo, intervjuet. I dette intervjuet spør Fremskritt hvorfor italienerne stemmer FrP. Intervjuets overskrift er: "Vi stemmer FrP". Ved et annet tilfelle gjør Fremskritt et intervju ved deres valgbed med 82-åringen Arne Jonny Andreassen fra Grorud i Oslo. Vinklingen er den samme her, idet Fremskritt spør Andreassen ut om hvorfor han verdsetter partiets politikk. Også tidligere sportsjournalist og programleder Knut Bjørnsen blir intervjuet av medlemsbladet. Artikkelen omhandler temaet innvandrings- og integreringspolitikk og Bjørnsen misnøye med den rådende norske politikk på området. Under overskriften "Lei av norsk snillisme" og ingressen "FrP -sympatisør Knut Bjørnsen har sett seg grundig lei på den norske innvandringspolitikken" kommer dette frem. Fremskritt har også gjort et intervju med musikeren og entertaineren Rune Rudberg. Under tittelen "Rocker for FrP" er Rudberg avbildet med en gitar. Saksintervjuet omhandler Rudbergs forhold til FrP. I ingressen kan vi lese: "Han avskyr urettferdighet, digger FrP og synes Carl I Hagen er en av de triveligste menneskene han har møtt".

I teoridelen refererte vi til Maria Karlberg og Brigitte Mral, som uttrykker at etosargumentet er det som gir taleren og én konkret sak troverdighet. Dette ved at man trekker inn

vitenskapsmenn eller den vanlige svenske kvinne eller mann inn i en sak. I de fire eksemplene ovenfor, ser vi at Fremskritt gjør intervjuer med både den vanlige norske mann, to italienere, og kjendisene Knut Bjørnsen og Rune Rudberg. Når medlemsbladet får eksterne personer til å hevde sitt syn på politiske saker, vil disse være i tråd med Fremskrittspartiets politikk.

Ettersom intervjuobjektene roser og bygger opp om FrP sin politikk i artiklene, kan dette styrke sakenes og partiets autoritet. Internt i partiorganisasjonen kan denne type informasjon bidra til å styrke trygghetsfølelsen blant medlemmene. At utenforstående, den vanlige norske mann så vel som kjendiser, støtter opp om partiets politikk, kan bidra til å styrke medlemmenes tro på partiet.

Innenfor kategorien intervju i tabellen over Fremskrittspartiets, skjuler det seg også intervjuer med egne politikere. Felles for alle intervjuene er at det politiske spillet hele tiden er i fokus, ettersom de handler om kampen om makten. Dette står i kontrast til Høyre, som har utarbeidet intervjuer med egne ordfører kandidater som hovedsakelig handler om de viktigste politiske temaene i ulike deler av landet. Begge partiene prioriterer uansett å intervju lokalpolitikere i sine medlemsblader i forkant av valget. Slik kan partienes medlemmer bli bedre kjent med politikere på lokalt nivå.

Ut fra tabellene fremgår det at begge partiene legger mest fokus på artikler som omhandler lokalvalginformasjon i sine medlemsblader. Grunnen til at halvparten av artiklene i Høyres medlemsblad går inn under denne kategoriseringen, er fordi bladet tar for seg de politiske mulighetene i alle norske fylker. Medlemsbladet Muligheter gir leserne sine et innblikk i hva hvert enkelt fylke er opptatt av under lokalvalget 2007. På grunnlag av dette kan det være rimelig å hevde at Høyre søker å opplyse og orientere sine lesere om lokalpolitikk og ordfører kandidater i ulike fylker i større grad enn FrP. FrP har imidlertid et større fokus på personer utenfor organisasjonen, som gir partiet legitimitet i form av at de deler dets politiske syn. Tabellen viser at Høyres resterende artikler er spredd utover relativt få temaer. Også medlemsbladet Fremskritt setter valgkampinformasjon på dagsorden, men ettersom bladet er dobbelt så omfangsrikt som Muligheter hva artikler angår, har Fremskritt plass til dobbelt så mange temaer.

Både Muligheter og Fremskritt legger også vekt på den politiske kommentaren, som fortøner seg som en samtale mellom politikere og medlemmene i partiene. I kommentarene peker politikere på hvordan valgkampen kan vinnes.

Nedenfor følger tabeller over hvilke temaer partiene i sine notiser forut for valget. Høyre har 54 notiser i sine tre seneste medlemsblader før lokalvalget, mens FrP har 65 notiser

i seneste utgaver.

Tabell 8. Oversikt over notiser i Høyres medlemsblad, Muligheter

| Tema/Sjanger | Prosent | Spill/Substansielle saker |
|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Kontaktpersoner | 9.3 | Spillorientert |
| Høyres søsterpartier | 5.6 | Spillorientert |
| Lokalvalgkampinformasjon | 38.9 | Sp= 17,6% Su= 21, 3% |
| Helse | 1,9 | Substansielle |
| Stortingsnotiser | 22.2 | Substansielle |
| Interne partisaker | 3,7 | Substansielle |
| Frihandel/rettferdighet | 1,9 | Substansielle |
| Arbeidsledighet | 1,9 | Substansielle |
| Likestilling | 3,7 | Substansielle |
| Udefinerbar | 11 | Udefinerbar |
| Sum | 100 | Sp= 32,5% Su= 56,5% |

N= 54

Tabell 9. Oversikt over notiser i Fremskrittspartiets medlemsblad, Fremskritt

| Tema/Sjanger | Prosent | Spill/Substansielle saker |
|--------------------------|----------------|----------------------------------|
| Sagt og hørt | 32.3 | Spillorientert |
| Meningsmålinger | 24.6 | Spillorientert |
| Enquête | 20 | Spillorientert |
| Lokalvalgkampinformasjon | 4.6 | Sp= 1,5 % Su= 3,1% |
| Helse | 7.7 | Substansielle |
| Utdanning | 3.1 | Substansielle |
| Fattigdom | 3.1 | Substansielle |
| Samferdsel | 1.5 | Substansielle |
| Udefinerbare | 3.1 | Udefinerbar |
| Sum | 100 | Sp= 78,4% Su= 18,5% |

N=65

* Sp= Spill Su= Substans

Det mest iøynefallende ved tabellene er at medlemsbladene til Høyre og Fremskrittspartiet fokuserer på vidt forskjellige temaer i sine notiser. Dernest er det vesentlig forskjell mellom innholdet i partienes notiser. Mens FrP har en høy andel av politisk spill i sine notiser, er Høyres notiser i større grad preget av substans. Vi merker oss også at Høyre prioriterer stortingsnotiser og kontaktpersoner relativt sterkt. Stortingsnotiser er en fast spalte i hver utgave av Muligheter, der bladet setter søkelyset på hva som skal skje på Stortinget i den nære fremtid. Særlig legges det fokus på forslag som skal fremmes av Høyre selv på Stortinget. Kontaktpersoner er et annet tema som Muligheter inneholder notiser om. Dette er en spalte som gir oversikt over Høyres viktigste kontaktpersoner i forbindelse med valgkampen. Bak kategorien lokalvalgkampinformasjon befinner det seg alt fra tekst som omhandler partienes ordfører kandidater i ulike fylker, informasjon om kampsaker lokalt i ulike kommuner og hvor

og hvor mange kommuner partiene stiller lister til valget. Valgkampinformasjon er en kategori som inneholder artikler med både spill og substans. Denne type notiser vektlegges i betydelig større grad i Muligheter enn Fremskritt. Majoriteten av notisene i Fremskrittspartiets medlemsblad, Fremskritt består av tekst som omhandler sagt og hørt, enquête og meningsmålinger. Disse benevnelsene trenger nærmere utdypning: Sagt og hørt er en egen spalte som eksisterer i hver utgave av Fremskritt. Den inneholder sitater fra politikere og kjendiser som uttaler seg i en humoristisk tone om politiske saker. Et eksempel på dette er en notis med følgende overskrift: "Det er lov å håpe". Teksten går som følger: "Forutsetningen for å samarbeide med FrP, er at de ikke driver FrP -politikk". Sp -leder Åslaug Haga, om hvordan Sp skal samarbeide med FrP lokalt (Kilde: NTB). I motsetning til Høyre, gjennomfører FrP enquête i sine medlemsblader. I enquêten stiller Fremskritt det samme spørsmålet til mannen i gata. Ved én anledning stilles følgende spørsmål: "Hvorfor stemmer du FrP?", hvorpå ulike personer gir sin begrunnelse. Også meningsmålinger er et omfattende tema i Fremskritt sine notiser. Ettersom meningsmålinger blir gjort kontinuerlig i forkant av valg, er det litt overraskende at FrP har valgt å fokusere på dette i sine medlemsblader. Denne type målinger skifter fort og man skulle tro at aktualiteten på målingene faller raskt. FrP gir imidlertid ut Fremskritt annenhver uke, mens Høyres magasin Muligheter utkommer ti ganger i året. På grunnlag av dette kan målingene få større aktualitet i Fremskritt.

Fremskrittspartiets prioritering av notiser tenderer mot et underholdningspreg. Informasjonen medlemmene får gjennom spaltene sagt og hørt, er enkel og preget av humor. Via enquêteene blir vi kjent med utenforståendes begrunnelser for å stemme FrP. De eksterne intervjuobjektene kan gi FrP sine medlemmer en følelse av at folk tenker og er opptatt av det samme som medlemmene, og således har likt politisk syn. Bruken av meningsmålinger kan også ha et motivasjonspreg. Det er rimelig å anta at FrP publiserer de meningsmålingene som er positive for partiet, mens de negative ikke blir publisert. Målingene kan derfor ha som funksjon å motivere medlemsmassen. Høyres magasin Muligheter fokuserer, i større utstrekning enn Fremskritt, på politiske saker og lokalvalginformasjon.

4. 4 Kritikk av politiske motstandere

Som på partienes nettsider, inneholder medlemsbladene ytterligere kritikk rettet mot politiske motstandere enn det som er nedfelt i tabell 8 og 9. Det øvrige stoffet i medlemsbladene inneholder også elementer av kritikk, selv om ikke dette er hovedtemaet i tekstene. Høyre har

totalt fem artikler som inneholder kritikk av politiske motstandere i sine tre siste utgaver av Muligheter før valget. Fremskrittspartiet har på sin side totalt atten artikler som inneholder kritikk av politiske rivaler. Nedenfor følger den prosentvise fordelingen mellom hvilke partier og aktører som kritiseres.

Tabell 10. Oversikt over kritikk av politiske motstandere i Høyres medlemsblad, Muligheter

| | |
|-----------------|------|
| Arbeiderpartiet | Sv |
| 80 % | 20 % |

N=5

Tabell 11. Oversikt over kritikk av politiske motstandere i FrP sitt medlemsblad, Fremskritt

| | | | | | | |
|-------|--------|--------|-----------|-----------|---------|---------|
| Sp | Ap | Sv | Regjering | Halvorsen | Kolberg | Brustad |
| 5.6 % | 33.3 % | 16,7 % | 27,8 % | 5.6 % | 5.6 % | 5.6 % |

N=18

Som vi har vært inne på tidligere, består medlemsbladet til FrP av dobbelt så mange artikler som Høyre. Når vi ser på tabellene viser da også disse at FrP totalt kritiserer flere politiske rivaler enn Høyre. Selv om vi vet at Fremskritt teller mer tekst enn Muligheter, er det viktig å tenke på at FrP har nær fire ganger så mye kritikk av motstandere enn Høyre. Den generelle tendensen i medlemsbladene gjenspeiles her. Fremskrittspartiet har et større fokus enn Høyre på aktører utenfor partiet, mens Høyre i større grad fokuserer på aktører innad i partiet.

5 Tolkingsrammer og retoriske virkemidler i medlemsblader

Hittil har oppgaven befunnet seg på et overordnet nivå, der den har søkt svar på det kvantitative aspektet (partienes dagsorden) ved oppgava. Den påfølgende delen vil gå i dybden på et utvalg av tekstene i Fremskrittspartiet og Høyres medlemsblader. Det første vi skal se på er hvilke tolkningsrammer og retoriske virkemidler partiene gjør bruk av i utvalgte temaer og sjangere i deres respektive medlemsblader forut for kommunevalget 2007.

5.1 Tema 1, Lederartikler i Høyres medlemsblader

Høyre har tre lederartikler i sine tre seneste medlemsblader i forkant av lokalvalget (Vedlegg 1-3). Alle er forfattet av partiets leder Erna Solberg, og plassert som første reelle artikkel i bladet. I Høyres første av de tre medlemsbladene før valget fokuseres det i lederartikkelen utelukkende på Høyres politikk, den forestående valgkampen, samt at det pekes tilbake på

partiets landsmøte. Lederen tar verken opp kritikk eller søker å få frem kontrastene til politiske rivaler. Det første vi skal se på ved denne artikkelen er dens tolkningsrammer. *Kjernerammen* i artikkelen er Høyres presentasjon av egen politikk. Tekstene fokuserer videre på de politiske feltene utdanning, helse og omsorg og klima. I tillegg snakker Høyre om at valgfrihet er nøkkelen for å oppnå en god politikk på de nevnte temaene. Hvilke naturlige perspektiv *neglisjeres så* i testen? I artikkelen sier Erna Solberg at hun på Høyres landsmøte lanserte et kunnskaps- og kompetanseløft for ansatte i omsorgen. Hun sier videre at Høyre vil satse mer på de som jobber der. Det fremgår derimot ingen utdypende forklaring på *hvordan* partiet skal satse på de ansatte, foruten at kompetansen og kunnskapene generelt skal heves. Steg tre i prosedyren over kartlegging av tolkningsrammer omhandler hvilke *løsninger* Høyre anviser i sin lederartikkel. Høyre lister i artikkelen opp løsninger for å bedre utdanningspolitikken: Utviding av skolehverdagen, videreføre og styrke etter- og videreutdanningstilbudene for lærere. I helsepolitikken viser Høyre til at et kunnskaps- og kompetanseløft for ansatte i omsorgen er veien å gå, og i klimapolitikken mener Høyre løsningen er å sette i gang en storstilt satsing på fornybar energi. Hvilke *konsekvenser* mener Høyre det vil få dersom ikke vilkårene blir bedre på feltene utdanning, helse og klima? Partiet nevner få konsekvenser i sin lederartikkel, men Høyre peker på at dersom man kutter ut valgfriheten, så kutter man i velferden.

Det neste vi skal se på er noen av virkemidlene i teksten. Som vi så i teoridelen mener medieforskerne Mral og Karlberg at argumentene i en tekst blir sterkere dersom det eksisterer en antitese i teksten. Lederartikkelen har følgende tittel: "Kjære Høyre –venner" og ingressen går slik: "Landsmøtet er vel overstått og valgkampen står for døren. Jeg tror vi står bedre rustet til å gjøre et godt valg enn vi har gjort på lenge. Landsmøtet var preget av optimisme, debatt og utvikling av ny politikk". Videre kan vi lese at "I Høyre –kommuner skal ingen umyndiggjøres. Det er et løfte. Og i Høyre holder vi det vi lover" (Muligheter 5: 2007). Teksten som helhet er fri for følelsesladde ord og uttrykk, og den anvender primært logos og etos- argumenter, der overskriften "Kjære Høyre –venner" har en tilnærming til det vi ved hjelp av Karlberg og Mral kaller vi-følelse i teoridelen. En vi-følelse oppstår når taleren refererer til felles ideal og interesser. Med den inkluderende overskriften "Kjære Høyre–venner" henviser Erna Solberg til samhörigheten i hele organisasjonen. Artikkelen er ellers preget av et nøytralt språk og informerer medlemmene om politiske temaer som skole, helse og klima.

I lederartikkelen i den påfølgende utgaven av Muligheter, fortsetter Erna Solberg med den samme headingen "Kjære Høyre– venner". Vi begynner med å se på artikkelens

tolkningsrammer. Sakens *kjerneramme* må er Høyres presentasjon av egen politikk. Høyre motiverer, informerer og ber partiets medlemmer, folkevalgte, sympatisører og tillits- eller folkevalgte om å bruke sjansene de får til å tale Høyres sak før valget. Artikkelen setter også fokus på substansielle temaer som skole, helse og trygge lokalsamfunn. Høyre oppfordrer de som står partiet nær til å hjelpe til med å vinne velgere ved å snakke om partiets politikk. I artikkelen *utelater* Solberg å fokusere på at partiets egne medlemmer skal snakke negativt om politiske motstandere. Partiet holder stort sett fokus på egen politikk. Høyre anviser løsninger i artikkelen når det gjelder hvordan kretsene rundt partiet skal drive valgkamp på vegne av partiet. Løsningen er: ”Får vi tre minutter så er mye gjort.” I artikkelen trekker partiet frem det som sannsynligvis blir *konsekvensene* under valgkampen. Enkelte partier vil prøve seg med skitne knep på oppløpssiden.

Dersom vi går over til å se på retoriske virkemidler i teksten ser vi at artikkelen har et mye større preg av motivasjon enn den foregående lederartikkelen. Dette ved at Solberg aktivt motiverer sine medlemmer. I ingressen kan vi lese følgende: ”Nå gjelder det! Mange velgere bestemmer seg i siste liten, og med 8000 kandidater og enda flere valgkampmedarbeidere føler jeg meg trygg på at våre budskap skal nå frem til alle de velgerne som bestemmer seg de siste fire ukene før valget. Vi vet det er mange av dem” (Muligheter 2007:6). I teoriseksjonen av oppgaven påpeker Mral og Karlberg at etos henger sammen med språkhandlingen *delectare*, som betyr å behage og roe tilhørerne. Når Solberg sier at hun føler seg trygg på at våre budskap skal nå frem til alle de velgerne som bestemmer seg like før valget, beroliger hun sine medlemmer og gjør dem dermed velvillig innstilt. Videre kan vi lese følgende i lederens brødtekst ”De siste fire ukene før valget er det viktig at vi alle er ambassadører for Høyres politikk, enten vi er medlemmer, sympatisører, tillits- eller folkevalgte. En samtale rundt lunsjbord med kolleger, i en middag med gode venner eller på venterommet hos tannlegen kan være avgjørende for utfallet av valget”. Videre er følgende tekst uthevet med blå skrift midt i artikkelen: ”Bruk sjansene du har til å tale Høyres sak før valget. Det er nå det gjelder”. Teksten tar ikke opp kritikk rettet mot politiske motstandere, men avslutningsvis i artikkelen kan vi spore følgende antitese: ”De årene vi har sittet med makten, har vi levert det vi lovet og vel så det. Det er mer enn Regjeringen kan si etter to år på taburettene”

I den siste lederartikkelen i Høyres medlemsblad før valget, er overskriften: ”Valg 07: Høyre VS Arbeiderpartiet”. *Kjernerammen* i artikkelen er angrep på motstanderes politikk fra Høyres side, og i dette tilfellet Arbeiderpartiets politikk. Høyre trekker frem ulike aspekter for å synliggjøre forskjellene mellom Høyre og Arbeiderpartiet som politiske partier, samt å gi målgruppa en påminnelse om at valget står mellom de to nevnte partiene. Høyre *neglisjerer*

Fremskrittspartiet som Arbeiderpartiets hovedmotstander under valget. Høyre skriver: ”Da er det bedre å snakke om Fremskrittspartiet, selv om valget egentlig står mellom Høyre og Arbeiderpartiet”. Høyre peker på at valgfrihet er *løsnings* på utfordringer i helsepolitikken. Videre formidler partiet *konsekvensene* av at deres politikk ikke vinner frem. ”Det står mellom et Høyre som vil ha utvikling og et Arbeiderparti som vil skru klokken tilbake”. I dette sitatet ligger det en implisitt påstand om at Arbeiderpartiets politikk er gammeldags. I teksten er språket av noe krassere karakter enn i de to foregående lederartiklene. Antitesen er markant idet hovedfokuset ligger på å fremheve motsetningene mellom Høyre og Arbeiderpartiet. Særlig søker kommentaren å få frem kontrastene mellom partiene i kommentarens første del. Avslutningsvis dreies fokuset mot et motivasjonspreg: ”Vi har motiverte delegater, dyktige ordførerkandidater og engasjerte valgkampmedarbeidere. Nå gjelder det at vi alle gjør en kjempeinnsats for å sørge for at enda flere skal få muligheten til å bo i en kommune der hver og en av oss blir tatt på alvor”. I teoridelen henviste vi til Øivind Andersen som konstaterer at i retorisk kommunikasjon er det vanlig for organisasjoner å vise sin takknemlighet overfor publikum. Andersen kaller denne tjenestevilligheten *evnoia*. Sitatet ovenfor gir oss en pekepinn på at Solberg vil berømme tjenestevilligheten til partiets valgkampmedarbeidere. Dette kan videre gi følelsen av en inkluderende organisasjon. I teoridelen viser vi til Mral og Karlberg som nevner at i politikk arbeider ofte taleren med de motsatte følelsene frykt og håp for å overtale. I lederartikkelens ingress kan vi se indikasjoner på dette: ”Det står mellom et Høyre som vil ha utvikling og et Arbeiderparti som vil skru klokken tilbake, mellom Høyre som vil ha muligheter for alle og Arbeiderpartiet som vil at alle skal med – uansett om de vil eller ei” (Muligheter 2007:7). I den nevnte ingressen ser vi at Solberg baserer seg på frykt og håp.

Lederartiklene i Høyres medlemsblader har ett oppbyggende mønster som eskalerer i takt med at valget nærmer seg. Den første kommentaren legger premissene for valgkampen i rolig sjargong. Her formidler Høyre sitt valgkampfundament, der de informerer om hva det skal fokuseres på i valgkampen. I tillegg har teksten en *refererende* funksjon der den peker tilbake på viktige hendelser ved partiets landsmøte. I partiets andre lederartikkel henvender partilederen seg direkte ut til leserne. Her er teksten primært *motiverende*, ettersom Høyres medlemmer og velgere oppfordres til å mobilisere sine politiske krefter overfor arbeidskollegaer og venner. I den tredje lederartikkelen av Muligheter er *antitesen* tilstedeværende, idet partiet søker å få frem kontrastene til politiske motstandere. I den tredje artikkelen er også det politiske spillet mer fremtredende enn de to foregående lederartiklene, noe som må sees i lys av at valgkampen nærmer seg.

5.2 Tema 1, Lederartikler i Fremskrittspartiets medlemsblader

Totalt har Fremskrittspartiet seks lederartikler i sine tre seneste medlemsblader før valget (Vedlegg 4-9). Hver utgave av Fremskritt inneholder to lederartikler, hvor den ene er en fast spalte som går under tittelen ”lederen”, mens den andre gir ordet til forskjellige politikere i partiet. Den første lederen i Fremskritt før valget er skrevet av redaktør Ole Martin Nicolaisen og har tittelen: ”Blir syk av Brustad”. Sakens *kjerneramme* er at Fremskrittspartiet angriper politiske motstanderes politikk. I dette tilfellet er de misfornøyd med helsepolitikken som blir ført av regjeringen. I artikkelen kritiseres både SV og Arbeiderpartiet i sterk grad.

Fremskrittspartiet *neglisjerer* imidlertid det tredje regjeringspartiet, Senterpartiet. Det er få løsninger å spore fra Fremskrittspartiet i teksten. Partiet anbefaler derimot sin egne politikk i teksten, idet de mener det å økonomisk likestille private behandlingsinstitusjoner med offentlige er løsningen på problemene i helsepolitikken. Fremskrittspartiet setter fokus på at *konsekvensene* av regjeringens helsepolitikk blir lengre helsekøer.

På det retoriske plan har lederen uthevet følgende utsagn med fet skrift: ”Man kan bli syk bare av å høre de rødgrønnes helsepolitikk” og ”Arbeiderpartiets årelange tradisjon for å ofre pasientene på sosialdemokratiets alter”. Fremskritt sin første lederartikkel stiller seg kritisk til den nåværende regjeringen, og da i første rekke Arbeiderpartiet og Sylvia Brustad sine prioriteringer når det gjelder helse. Midtveis i teksten glir kritikken mer over i retning SV, som Fremskritt mener ikke holder det de lover. Avslutningsvis peiler også kritikken inn på Bondevik 2-regjeringen, som blir kritisert for den gang å vinke farvel til Fremskrittspartiets budsjettsamarbeid som innebar å likestille private behandlingsinstitusjoner med de offentlige. Det som er mest iøynefallende ved teksten er den utstrakte bruken av det negative eksempelet rettet mot politiske motstandere. Innledningsvis kan vi lese ”Så ble det slik som mange fryktet etter siste stortingsvalg: med sosialistene ved makten skrumper pasientenes rettigheter inn til kun å gjelde retten til å stå i kø. To år etter regjeringsskiftet er helsekøene rekordhøye. Tallenes tale er klar fra Norsk pasientregister”. Teksten fortsetter slik: ” 210.000 mennesker står i kø for å få behandling for sine lidelser. Fra 2005 til 2007 er køen av pasienter innenfor somatikken økt fra 186.000 til 198.000, en økning på 6,2 prosent. Innenfor barne- og ungdomspsykiatrien er det enda verre. Der er pasientkøen økt med hele 17,1 prosent. (Fremskritt 2007:13). I det andre sitatet ovenfor tar Fremskritt i bruk det historiske eksempelet som bevismiddel mot sine politiske motstandere ved å henvise til perioden fra 2005 til 2007, som er de to første årene den nåværende regjering har sittet. I teoridelen viste vi til Øivind Andersen som peker på at den historiske erfaring avlegger et slags vitnesbyrd for

fornuften ved at historien ofte gjentar seg. Det er vanlig i politisk informasjon at man går historisk til verks for å peke på feil prioriteringer og mangler ved politiske motstandere. Dernest merker vi oss at Fremskritt opererer med tall i sin argumentasjon mot regjeringen. I teoridelen refererte vi til de svenske kommunikasjonsforskerne Karlberg og Mral som trekker frem at tall og statistikk ofte anvendes som argumentasjon mot rivaler. I lederen fungerer tallene som dokumentasjon mot regjeringen.

Fremskritt sin andre lederartikkel i deres første utgave før valget er skrevet av Siv Jensen og har følgende tittel: "En tøff valgkamp". Lederartikkelens *kjerneramme* er det politiske spillet som gjør seg gjeldende i forkant av valget. Artikkelen fokuserer ikke på politiske temaer, men aspekter knyttet til hvordan partiet skal komme til makten. Fremskrittspartiet trekker blant annet frem at partiet står foran en hard valgkamp og at Arbeiderpartiet kommer til å utfordre for hver dag som går. I artikkelen fremgår det at Arbeiderpartiet ser på Fremskrittspartiet som sin hovedmotstander under valget. Fremskrittspartiet *neglisjerer* på sin side hvem som er deres hovedrival. Det ville vært naturlig om partiet kom med et motsvar på dette. Fremskrittspartiet *anviser løsninger* som svar på at Arbeiderpartiet prøver å stoppe dem. I teksten heter det at ingen LO-millioner kan stoppe kunnskapen om Fremskrittspartiets politiske løsninger. Teksten er ikke veldig *konsekvensorientert*, men Jensen gir publikum en påminnelse om at partiorganisasjonen ikke kan ligge på latsiden, for da kan de miste velgere.

Dersom vi ser på tekstens latente funksjon, ser vi at denne teksten har et mer personlig preg enn i eksempelet vi så ovenfor. Uttrykk som "jeg" og "vi" er tilstedeværende i teksten. I tillegg er ikke lederen særlig krass i kritikken. Vi merker oss imidlertid følgende utsagn midtveis i teksten: "Arbeiderpartiets valgkampmaskineri, støttet av LOs medlemskontingent, kommer til å gjøre sitt for å stoppe FrP. Derfor er det nå vi skal bruke den kunnskapen LO-millionene ikke kan stoppe: kunnskapen om FrPs politiske løsninger". Teksten fortsetter videre: "Så lenge vi husker våre gode politiske løsninger for folk flest kan Ap og LO kjempe det de vil. Ingen LO-millioner kan stoppe et sterkt og godt budskap om en bedre politikk for folk flest" (Fremskritt 2007:13). I teoriseksjonen av oppgava henviste vi til Øivind Andersen som nevner argumentasjonsformen *topoi*. I sitatene ovenfor noterer vi oss at Jensen skisserer Arbeiderpartiets og LOs muligheter til å stoppe Fremskrittspartiet. Vi husker at Andersen i teoridelen pekte på at hvis den vanskeligste av to ting er mulig, er den letteste det også. Sitatene til Jensen har en tilnærming til det nevnte *topoi* (mulig/ikke mulig), all den tid hun først sier at Arbeiderpartiet og LO kommer til å måtte ta i bruk økonomiske midler for å stoppe FrP. Dernest sier hun at ingen LO-millioner kan stoppe et godt budskap om en bedre

politikk for folk flest.

Lederartikkelen til Siv Jensen har ellers en rådgivende og oppfordrende funksjon, særlig ser vi dette avslutningsvis: ”Det er nå vi skal høste fruktene av dette. På stands, i debatter og intervjuer skal vi vise at FrP er et godt og helhetlig alternativ som gir folk flest gode politiske løsninger” (Fremskritt 2007:13)

Fremskrittspartiets første lederartikkel i deres andre utgave forut for valget har overskriften ”Ap-metoden”. *Kjernerammen* i lederartikkelen er angrep på politiske motstanderes politikk. I dette tilfellet at Fremskrittspartiet mener Arbeiderpartiet fører en skitten valgkamp og kaster ”søppel” på sin selvutnevnte hovedmotstander. Fremskrittspartiet kritiserer Arbeiderpartiet i teksten for å ikke ha fokus på egen politikk. I lederen *neglisjerer* Fremskrittspartiet selv sin egen politikk all den tid fokuset er på Arbeiderpartiets politikk og fremgangsmåter for øvrig. Fremskrittspartiet anviser ikke *løsninger* i utstrakt grad i lederartikkelen. I stedet for å fokusere på egne løsninger, er det verdt å merke seg at partiet i stedet fremhever og hoverer over Arbeiderpartiets løsninger som miserable. Dette ved at de hevder at Arbeiderpartiet løser mangelen på sykehjemsplasser i Kongsvinger ved å gjøre enerom til tremanns rom. Når det gjelder spørsmålet om hvilke *konsekvenser* Fremskrittspartiet mener politiske tiltak vil få for det norske samfunn og borgerne i lederen, peker partiet på at journalister ikke trenger hjelp fra Arbeiderpartiet for å finne ut av konsekvensene av Fremskrittspartiets politikk. Den informasjonen finnes hos Statistisk sentralbyrå.

Når vi undersøker lederens bruk av retoriske virkemidler, registrerer vi at teksten er krass i sin kritikk av Arbeiderpartiet. Lederartikkelen går langt i å antyde at Arbeiderpartiet har som metode å kaste søppel på politiske motstandere, i den hensikt å dreie fokuset vekk fra sin egen politikk. I teoridelen refererte vi til Øivind Andersen som setter fokus på såkalte strategiske topoi, som blant annet innebærer å snu et angrep mot motparten. Lederartikkelen har en tilnærming til det strategiske topoi, ettersom det fremgår i teksten at det ikke finnes grenser for hvilke virkemidler Arbeiderpartiet tar i bruk for å sverte sin hovedmotstander. Teksten er strukturert på en slik måte at FrP snur angrepet til Arbeiderpartiet, og kommer med et kontringsangrep mot motparten.

Videre kan vi observere at FrP nok en gang benytter seg av tall og statistikk for å argumentere mot Arbeiderpartiet. ”Spør bare de 210.000 pasientene som står i helsekø, eller alle de pleietrengende som ikke får sykehjemsplass i landets Ap-styrte kommuner” og ”Dommen fra statistisk sentralbyrå er klar. Arbeiderpartiet er på jumboplass når det gjelder å prioritere eldreomsorg, mens Fremskrittsparti- styrte kommuner er best i landet” (Fremskritt

2007:14). I teoridelen understreket Mral og Karlberg at statistikk og siffer ofte blir brukt som argument i taler. Ovenfor registrerer vi at Fremskrittspartiet også har gjort bruk av dette i sin lederartikkel. Når Fremskrittspartiet refererer til statistisk sentralbyrå er dette en autoritativ statistikk-kilde de fleste har hørt om, og som vil kunne virke troverdig innenfor partiorganisasjonen. Det er også verdt å merke seg at sitatet ”Spør bare de 210.000 pasientene som står i helsekø, eller alle de pleietrengende som ikke får sykehjemsplass i landets Ap-styrte kommuner” baserer seg på patos. Det er rimelig å anta at ingen vil ha køer i helsevesenet. I denne sammenheng får Arbeiderpartiet skylden for køene. Øivind Andersen uttaler at ”Skal en utnytte følelsene, må en kjenne dem. Generelt er det tre ting en må feste seg ved når en kartlegger følelser. Først hvordan en er til sinns når en bestemt følelse pleier å oppstå. Dernest hvem følelsen pleier å rette seg mot. Endelig hvilken foranledning følelsen pleier å ha” (Andersen 1995:37). Det kan hende at Fremskritt har tenkt strategisk i sin utforming av patosargument i denne artikkelen. Ettersom patosfølelsen omhandler køer i helsevesenet og Arbeiderpartiets prioriteringer, og Fremskrittspartiets medlemmer er mottakergruppe for denne type budskap, kan dette vekke patosfølelsen hos dem i den forstand at de syntes det er synd at syke blir rammet på grunn av feilprioriteringer hos en politisk rival.

Fremskrittspartiets andre lederartikkel i deres andre utgave av Fremskritt før valget er skrevet av Per Sandberg med headingen: ”Vi er i gang”. Lederartikkelen har en spillorientert *kjerneramme*. Sandberg melder innledningsvis at valgkampen er i gang, og følger opp med å formidle et kritisk blikk på politiske motstanderes fremgangsmåter i valgkampen. Teksten peiler også så vidt innom politikk, der regjeringspartiene beskyldes for å drive utpressing mot kommunene. I teksten sier Sandberg ”meningsmålinger viser at partiet ligger godt an”. Sandberg neglisjerer imidlertid hva partiet definerer i prosent oppslutning med å ligge godt an. I artikkelen påberoper Fremskrittspartiet at de har *løsningen mot* mer sløsing av skattepenger. Løsningen er å flytte midler fra bygninger og byråkrati over til omsorg, helse, skole og infrastruktur. Det fremgår ikke noe mer detaljert løsningsforslag en de nevnte ordene. Sandberg fremhever videre at *konsekvensene* av den sittende regjeringens politikk blir null valgfrihet for innbyggere, arbeidstakere og næringslivet.

På det retoriske plan registrerer vi innledningsvis at Sandberg starter med å rose publikum. ”Det er en fornøyelse å se entusiasmen og innsatsen fra våre lokale kandidater, tillitsvalgte og sympatisører over det ganske land. Kjære venner, jeg har en utrolig god magefølelse.” (Fremskritt 2007:14). I teoriavsnittet gir Øivind Andersen uttrykk for at en taler ofte vil bruke innledningen til å skape velvilje hos publikum ved å involvere og rose tilhørerne, ettersom dette kan styrke talerens etos. Ovenfor ser vi at Sandberg har gjort bruk

av samme grep. Teksten endrer imidlertid retning midtveis, idet fokuset legges på den sittende regjeringens prioriteringer i ulike politiske spørsmål. Avslutningsvis rettes fokuset mot egen politikk og strategier i forbindelse med valget.

I teksten brukes benevnelsene ”sosialist” og ”sosialistregjeringen” som perifraser om henholdsvis Arbeiderpartiet, LO, personell i LO og den rødgrønne regjeringen. I teoridelen ble det vist til Andersen som snakker om at perifraser indikerer navnebytte der man erstatter den vanlige benevnelsen med noe tilnærmet identisk. I en kommentarartikkel i et partipolitisk medlemsblad kan hensikten bak en slik perifraser være å kategorisere motstanderne som en felles enhet, som de kaller sosialister. På denne måten gjør de sine medlemmer oppmerksomme på hvem som er deres rivaler.

I lederartikkelens siste avsnitt gir Per Sandberg uttrykk for at: ”Innbyggerne er på vår side. Undersøkelser viser at 50 prosent av innbyggerne i kommunene mener at politikerne ”sløser” med skattepengene. Det er FrP som er garantisten mot mer sløsing” (Fremskritt 2007:14). Sandberg eksemplifiserer her at innbyggerne er på partiets side ved å henvise til undersøkelser. En undersøkelse er en troverdig måling av opinionens holdninger til et tema. Sandberg gir imidlertid ikke uttrykk for hvilke undersøkelser dette er og hvem som har laget dem.

Fremskrittspartiets første lederartikkel i deres siste utgave av Fremskritt før valget har tittelen ”Rødgrønne mikrofonstativ”. Artikkelen *kjerneramme* er at Fremskrittspartiet angriper både media og motstanderes politikk. I dette tilfellet mener partiet journalistene i Norge er for ukritiske og hyller makthaverne, mens opposisjonen latterliggjøres. Fremskrittspartiet eksemplifiserer journalistikkens favorisering av regjeringen gjennom NRK. Partiet *neglisjerer* imidlertid hvordan andre mediebedrifter enn NRK støtter regjeringen. Det er kun NRK det fokuseres på. Det er få spor av at Fremskrittspartiet *anviser løsninger* i sin leder. I teksten nevnes likevel at det er uheldig løsning for journalistikken at en mediebedrift får sin sjef ansatt av regjeringen. Fremskrittspartiet mener at *konsekvensene* av dette igjen blir en lite nøytral og urettferdig journalistikk i forhold til de politiske partiene.

Når vi går over til lederens retoriske virkemidler ser vi at brorparten av journalistkorpset her til lands i teksten anklages for å fungere som lydige mikrofonstativ for Halvorsen og hennes rødgrønne venner. Overskriften i lederartikkelen er basert på en metafor. Metaforens betydning er beskrevet i oppgavens teoridel. I headingen ”Rødgrønne mikrofonstativ” henter Fremskritt et begrep fra lyd og musikkbransjen (mikrofonstativ), og som vi ser blir det her brukt som bilde på norske journalister sin nyhetsrapportering. At Fremskritt gjør bruk av metaforer i overskriften er neppe tilfeldig. Metaforer danner nemlig

billedlige assosiasjoner hos leserne.

Lederartikkelen kritiserer både mediebedrifter, politikere og politiske partier. Det er NRK Fjernsynet, Kristin Halvorsen og Sosialistisk Venstreparti som kritiseres i mest utstrakt grad. Teksten innleder med kritikk av Kristin Halvorsen og Sosialistisk Venstreparti, før den med kritiske øyne ser på mediene her til lands, og i første rekke NRK med skepsis. Avslutningsvis holdes det en appell, der lederartikkelen stiller spørsmål til hvorvidt Sosialistisk Venstreparti klarer å holde hva de lover. Teksten er her strukturert på en måte der Fremskritt stiller spørsmål i teksten, uten å besvare disse. Grunnen til at Fremskritt ønsker å la spørsmålene stå ubesvart, kan være at de ønsker at mottakergruppen selv skal tolke svaret, som Fremskritt implisitt mener er innlysende. Her ser vi noen eksempler på spørsmål som stilles i teksten "For var det ikke slik at Sosialistisk Venstreparti skulle senke prisen på barnehageplass og ikke øke den? Var det ikke slik at elevene i grunnskolen skulle få et varmt skolemåltid? Var det ikke slik at partiet skulle avskaffe fattigdommen i Norge?" (Fremskritt 2007:15).

Det siste avsnittet innleder for øvrig med et enthymem, da vi kan lese følgende: "Velgerne rømmer Halvorsens parti. Velgerne liker ikke valgflesk og store løgner". Dette sitatet har en uuttalt påstand om at SV ikke klarer å holde det de lover. I teoridelen er det redegjort for at i et enthymem er konklusjonen overlatt til publikum. Der blir "Jeg tror det ikke, det er en politiker som har sagt det" fremhevet som eksempel på enthymem. I dette sitatet ligger det en uuttalt påstand om at alle politikere lyver.

Den siste lederartikkelen til Fremskrittspartiet før valget er skrevet av Per Arne Olsen og har overskriften "Vi skal vinne valget". Lederen har en spillorientert *kjerneramme*, all den tid det fokuseres på hvordan Fremskrittspartiet skal vinne valget. Videre virker det som at intensjonen til teksten er å informere og motivere partiets medlemmer i forkant av valget, samt å gjøre publikum oppmerksomme på at Arbeiderpartiet stadig prøver å sette en stopper for Fremskrittspartiets valgkamp. I lederen kommer det frem at Arbeiderpartiet serverer en rekke påstander om Fremskrittspartiet. Naturlig nok *neglisjerer* lederartikkelen hvilke påstander Fremskrittspartiet *selv* kommer med mot andre partier. Teksten *anviser løsninger* på hvordan partiet skal møte påstander om dem. "Vi har svarene som viser at de tar feil", står det i lederen. Fremskrittspartiet skriver videre at *konsekvensene* av at partiorganisasjonen ikke klarer å holde hodet kaldt i slutten av valgkampen, vil være at deres motstandere lurar velgere over til deres side.

Dersom vi går over til å se på lederens retoriske virkemidler, er det verdt å merke seg at det er en alliterasjon i overskriften, ved at tre v-er plasseres i begynnelsen av et ord i samme

setning (Overskrift: Vi skal vinne valget). Denne type bokstavrim fører til at overskriften får en klang og kan gjøre det lettere for publikum å huske den. I Innledningen av kommentaren ser vi at Olsen bruker rosende ord om FrPs medlemmer og folke- og tillitsvalgte. Det har i teoridelen blitt gitt uttrykk for at en innledning som verdsetter og inkluderer publikum, kan styrke talerens troverdighet, samt gjøre publikum mottakerne velvillig innstilt. Midtveis endrer teksten karakter. Her rettes fokus mot konkurrenten Arbeiderpartiet, der lederartikkelen søker å synliggjøre overfor sine medlemmer at hver gang Ap kommer med påstander om deres parti, så har FrP svarene som viser at de tar feil. Dette eksemplifiseres gjennom temaet velferdseksport.

Som det ble greid ut om i teoridelen, henviser det retoriske eksempelet til et kjent enkelttilfelle for å argumentere for en sak. Bruk av eksempel er en måte å bringe en fremmed autoritet inn i saken på. Ved Fremskrittspartiets eksempel angående velferdseksport, bringes imidlertid ingen fremmed autoritet inn i saken. Fremskrittspartiet referer i stedet til seg selv som en autoritet, ved å hevde at de har det riktige svaret på det aktuelle politiske spørsmålet. Teksten er gjennomgående rådgivende og motiverende. Den starter med motivasjon, før den gir råd om partiets egne argumenter. Teksten runder av med noen motiverende ord: ”Stå på, kjære FrP -venner. Sammen skal vi vinne valget”.

5.3 Sammenfattende analyse, Lederartikler

I Høyres medlemsblader kan man spore en oppbyggende struktur i partiets lederartikler i takt med at valget nærmer seg. Den første lederen er primært refererende, den andre motiverer, mens i den siste kommentaren før valget er antitesen mer markant. I Fremskrittspartiets medlemsblader er det vanskeligere å finne et tydelig oppbyggende mønster i partiets lederartikler. Det er eksempelvis forskjeller mellom innhold og uttrykksform mellom de lederartiklene som er forfattet av partiets egne politikere og bladets redaktør. Gjennom kommentarene som er skrevet av redaktøren i Fremskritt, blir vi ved første anledning presentert for kritikk mot Arbeiderpartiet, SV og Sylvia Brustads prioriteringer rundt helsespørsmål. Helsespørsmålene fungerer også som bakteppe for kritikk, i første rekke mot Arbeiderpartiet, men også SV, ved redaktørens andre lederartikkel før valget. Den siste lederartikkelen før valget anklager på redaktørplass pressen og media for å være mikrofonstativ for den rødgrønne regjeringen, samt at det rettes kritikk mot SV og Kristin Halvorsen. Når det gjelder Fremskrittspartiets kommentarer som er utformet av partiets politikere, er det verdt å påpeke at disse har et større personlig preg og inneholder en større

grad av motiverende informasjon enn hva tilfellet er i redaktørens leder. Særlig er de motiverende ordene toneangivende innlednings- og avslutningsvis i kommentarene produsert av politikerne. Blant annet skriver Siv Jensen: ”På stands, i debatter og intervjuer skal vi vise at FrP er et godt og helhetlig alternativ som gir folk flest gode politiske løsninger” (Fremskritt 2007:13) og Per Sandberg ”Det er en fornøyelse å se entusiasmen og innsatsen fra våre lokale kandidater, tillitsvalgte og sympatisører over det ganske land. Kjære venner, jeg har en utrolig god magefølelse” (Fremskritt 2007:14). Redaktørens lederartikler legger ikke inn krefter på å involvere eller motivere publikum i stor grad, i kontrast til politikernes kommentarer.

Problemstilling to i oppgava søker å kartlegge partienes tolkningsrammer i deres publikasjoner, og har blant annet et tilleggsspørsmål basert på et sitat tilhørende David W Wragg. Wragg peker på at medlemmer i en organisasjon først og fremst ønsker informasjon om hva som skal *hende* snarere enn hva som har *hendt*. Dersom vi ser på lederartiklene i Høyre og Fremskrittspartiet på et overordnet nivå, dreier artiklene seg i hovedsak om hva som skal *hende*. Partiene teller ned til valget ved å konstatere at ”Nå nærmer det seg” og ved å opplyse sine medlemmer med utsagn som ”Nå gjelder det å mobilisere og vinne velgere. Mange av de bestemmer seg i siste liten”. På den annen side dreier også mye av innholdet seg om hva som har *hendt*. Dette inntreffer idet partiene argumenterer mot eller kritiserer politiske rivaler. Når Høyre og Fremskrittspartiet kritiserer politiske motstandere, går de ofte historisk til verks ved å peke tilbake på at eksempelvis SV eller Arbeiderpartiet ikke har holdt hva de lovet ved deres regjeringsdannelse i 2005. Blant annet skriver Fremskritt følgende i en lederartikkel: ”For var det ikke på landsmøtet i 2001 at partiet i en resolusjon uttalte at ”SV ønsker endring. Dagens helsevesen fungerer ikke godt nok.” På tross av rekordstore økninger i bevilgningene til sykehusene de siste 10 år er det fremdeles lange, uverdige helsekøer” (Fremskritt 2007:13). Høyres medlemsmagasin, Muligheter, går også tilbake i fortiden i sin argumentasjon: ”De årene vi har sittet ved makten, har vi levert det vi lovet og vel så det. Det er mer enn Regjeringen kan si etter to år på taburettene” (Muligheter 2007:6). I tillegg har vi vært inne på at Høyres tredje lederartikkel før valget har en refererende form, der man peker tilbake på viktige beslutninger ved partiets landsmøte.

I teoridelen viste vi til Øivind Andersen som trekker frem at de historiske eksemplene er særlige nyttige når en rådslår om fremtiden. Andersen legger til at den historiske erfaring dermed avlegger et slags vitnesbyrd for fornuften. Ved å synliggjøre overfor sine medlemmer at politiske rivaler historisk sett har prioritert feil i ulike politiske spørsmål og ikke holdt hva de har lovet, kan den historiske erfaring som Fremskritt frembringer avlegge et vitnesbyrd for

mottakergruppens fornuft.

Dersom vi ser på partienes tolkningsrammer generelt, merker vi oss at begge prioriterer det politiske spillet i størst grad i sine lederartikler. Det er i hovedsak tre kjernerammer som gjør seg gjeldende i partienes lederartikler. Disse er *angrep på motstandernes politikk*, *presentasjon av egen politikk* og *spillorienterte rammer*. Det er verdt å merke seg at artikler innenfor de to førstnevnte kategoriene også automatisk har elementer av det politiske spillet i seg. Hovedtendensen innenfor disse rammene er imidlertid at en motstander eksplisitt angripes, eller politikk om eget parti tydelig presenteres og sågar fremstår som kjernen i artikkelen. Kjernerammene viser oss at Høyre prioriterer å presentere egen politikk i større grad enn Fremskrittspartiet. Fremskrittspartiet er på sin side mer opptatt av å angripe motstanderes politikk. Dette sier noe om måtene partiene driver valgkamp på. Ved å presentere egen politikk på lederplass gir Høyre sine medlemmer en påminnelse om de viktigste sakene deres i valgkampen. Når medlemmene blir bevisste på de viktigste aspektene ved Høyres politikk, vil dette igjen kunne påvirke deres måte å drive valgkamp på i sosiale settinger i møte med velgere i hverdagen. Fremskrittspartiets fokus på å angripe politiske motstandere på lederplass kan også påvirke partiets medlemmer. Det kan gi medlemmene en oppskrift på hvordan de skal redusere politiske motstanderes troverdighet i hverdagen i kontakt med velgere. En vellykket reduisering av hovedmotstanderes troverdighet, vil kunne øke sjansen for tilslutning til eget parti all den tid politiske alternativer da faller bort.

Partiene fokuserer på ulike sider ved det politiske spillet. Blant annet hvilke metoder Arbeiderpartiet gjør bruk av i sin valgkamp. Videre virker det som at Fremskrittspartiet trekker frem mer dramatiske *konsekvenser* politiske tiltak får for samfunnet enn Høyre. Måten Fremskrittspartiet beskriver konsekvensene på er i tillegg mer preget av det retoriske bevismiddelet patos enn hos Høyre. Fremskrittspartiet fremhever blant annet konsekvenser som sier at resultatet av den sittende regjeringens politikk blir null valgfrihet for innbyggere, arbeidstakere og næringslivet.

Problemstilling tre i oppgava omhandler retorisk argumentasjon, og søker svaret på hvorvidt informasjonen i partienes egne publikasjoner *motiverer* eller søker å *overtaler/overbevise* partienes respektive målgrupper. Både lederartiklene til Høyre og Fremskrittspartiet inneholder motiverende og overtalende trekk. De motiverende setningene kommer ofte innlednings- og avslutningsvis i tekstene. Dette gjelder begge partienes lederartikler. Som vi har vært inne på tidligere, kan det være et bevisst strategisk valg fra partiorganisasjonenes side å vise takknemlighet, rose og inkludere publikum i starten av sine tekster. Ettersom skribenten må holde på leseren, er det passende å inkludere publikum i

innledningen. De tre lederartiklene til FrP som er forfattet av bladets nyhetsredaktør, inkluderer ikke publikum i stor grad. Forfatteren er heller ikke særlig synlig i teksten. I motsetning til de øvrige lederartiklene er ikke avsenderen avbildet. Artiklene innenfor denne kategorien dreier seg i all hovedsak om kritikk av politiske motstandere. I sum tenderer lederartiklene i Fremskritt med redaktøren som avsender til å dreie seg mer om overtalelse enn motivasjon. I teoridelen gir Mral og Karlberg uttrykk for at argumentene i en tekst blir sterkere dersom det finnes *antitese* i teksten. De tre nevnte lederartiklene i Fremskritt er basert på antitesen. De argumenterer i *mot* motstanderens sak og *for* sine egne saker, men mest av det førstnevnte. I utgangspunktet skulle man tro at kritikk av politiske motstandere ikke skulle være særlig utbredt i en intern publikasjon som medlemsblad. I større medier, som riksaviser og fjernsyn, er imidlertid situasjonen en annen. Her befinner man seg på en arena der man kan vinne velgere ved å poengtere forskjellene mellom ens eget parti og andre når det gjelder politiske tema som skatt og samferdsel. Kritikk av politiske motstandere er en informasjonsform som ofte søker å synliggjøre kontrastene mellom politiske partier. Medlemmer av politiske partier bør imidlertid allerede være velinformert om de politiske forskjellene mellom eksempelvis Fremskrittspartiet og Arbeiderpartiet. Det er ikke lett å peke på hva som er intensjonen bak at Fremskrittspartiet legger fokus på å argumentere sterkt mot sine politiske rivaler, all den tid det er rimelig å anta at deres medlemmer allerede er ”overtalt” til å stemme Fremskrittspartiet. Kanskje har teksten den funksjonen at den vil gi medlemmene en påminnelse om at de har gjort et riktig valg med henhold til politisk ståsted? En annen grunn til at Fremskritt vier så stor plass til å kritisere politiske rivaler, kan være at de ser på kritikken som en del av viktig informasjon som må nå ut til målgruppa for å tilføre eller supplere medlemmene med politiske argumenter. Kritikk av politiske rivaler er en viktig del av politisk journalistikk, og det er derfor ikke uvesentlig at partiorganisasjonen deler sin kritiske argumentasjon med partiets medlemmer. En annen intensjon bak å argumentere i sterke ordlag mot politiske motstandere i medlemsblader, kan ha sitt utspring fra et ønske om å ville belære medlemmene i politisk argumentasjon. I teoridelen blir det redegjort for at logos er forenlig med å belære tilhørerne. I lederartiklene til Fremskrittspartiet spesielt, er det omfattende bruk av logosargumenter. Dette ser vi for det første gjennom bruk av tall og statistikk i sin argumentasjon, dernest gjennom historiske eksempler. Alle disse argumentasjonsformene har sitt tilhold innenfor logos. På grunnlag av dette *kan* det hende at Fremskritt ønsker å belære sine medlemmer når det gjelder partipolitiske argumenter. I teoridelen viste vi til Maxwell McCombs som trekker frem at publikum deltar i konversasjoner på arbeidsplassen, med familie og venner. Partiorganisasjonene vet nok at sine

respektive medlemsgrupperinger deltar i slike diskusjoner. Derfor kan det være en fordel å hele tiden vedlikeholde sine målgrupper med logosargumentasjon rettet mot politiske rivaler.

Gjennomgående er det et større fokus på kritikk mot politiske motstandere i lederartiklene til Fremskritt enn i Muligheter. Dersom vi ser vekk fra de tre lederartiklene i Fremskritt som er skrevet av bladets nyhetsredaktør, er hovedtendensen ganske lik i Fremskrittspartiets og Høyres resterende lederartikler. Her både motiverer politikerne sine medlemmer, samt at teksten er advarende i forhold til politiske motstanderes metode i valgkampen. Samlet har tekstene en miks av overtalende og motiverende elementer. Dette er i tråd med Øivind Andersen som i teoridelen sier: "En taler ønsker nemlig ikke bare vinne tilslutning, han vil også vekke beundring og bifall".

5.4 Tema 2, Lokalvalget i Oslo, Høyres medlemsblad

Artikkelens tittel: "Høyre elsker Oslo!" (Vedlegg 10).

Høyres tolkningsrammer: Som vi husker fra teoridelen skal tekstens kjerneramme kartlegges i det første steget i vår analyseprosedyre om partienes tolkningsrammer. Tekstens kjerneramme defineres som avsenderens primære vinkling. Hvilket fokus har avsenderen i teksten?

Artikkelens kjerneramme er at Høyre presenterer egen politikk i forkant av lokalvalget.

Riktignok argumenterer også partiet i mot politiske motstandere, men hovedtendensen i teksten er fokus på egen politikk. Partiet trekker frem forskjellige aspekter i teksten som fremstår som viktige. Det fremgår at partiet er en garantist for valgfrihet i Oslo kommune. Høyre vil gi befolkningen rett til å velge skole, hjemmesykepleie, hjemmehjelp og sykehjem. Høyre trekker også frem at de vil jobbe hardt for at Oslo skal være en tryggere by for alle.

Oslo Høyre ønsker i tillegg et synlig politi som viser nulltoleranse også for hverdagskriminalitet. Steg to i analysemodellen over partienes tolkningsrammer spør hvilke perspektiver ved partienes saksfremstilling som neglisjeres. Høyre snakker i artikkelen om at Oslo opplever problemer knyttet til tigging, prostitusjon, narkotikabruk og tagging. "Dette gjør at noen områder oppleves som utrygge, og det svekker også den alminnelige respekt for lover og regler. Derfor ønsker Oslo Høyre å åpne for forsøk med kommunale vekterordninger som bidrar til trygghet, ro og orden i samarbeid med politiet". Høyre blinker her ut momenter som gjør Oslo til en trygg by og hvilke tiltak partiet vil iverksette for å bidra til trygghet, ro og orden. Høyre neglisjerer imidlertid hvilke tiltak de vil gjøre overfor tiggere, prostituerte, narkotikabrukere og taggere. Riktignok sier Høyre at de vil åpne for forsøk med kommunale

vektorordninger som bidrar til trygghet, men ingenting om hvordan de skal hjelpe utsatte grupper som tiggere, narkotikabrukere og prostituerte opp på beina igjen. Det tredje steget i analysen vil søke svaret på hvilke løsninger partiene anviser i sine politiske saker. Vi har allerede vært inne på at partiet vil ha kommunale vektorordninger som skaper trygghet, samt et synlig politi som viser nulltoleranse for hverdagskriminalitet. I tillegg til å kunne tilby barnehageplass til alle, er dette i all hovedsak løsningene Høyre anviser i artikkelen. Det fjerde steget dreier seg om å undersøke hvilke konsekvenser partiene peker på i tekstene sine. Partiet sier at regjeringens manglende vilje til å satse i hovedstaden fører til at nærmere 100 stillinger innad i Oslo-politiet fremdeles holdes ubesatt. Dette sørger igjen for at Oslo oppleves som en utrygg by.

Tekstens kontekst: Det første vi bør undersøke når det gjelder tekstens kontekst er egenskaper knyttet til avsenderen, hvilken sjanger teksten har og dets publikum. Den aktuelle artikkelen ”Høyre elsker Oslo” er forfattet under følgende omstendighet: ”Muligheter som medlemsmagasin har gitt alle norske fylker samme utfordring”, står det å lese i Høyres medlemsblad. ”Nemlig å gi leserne av Muligheter et innblikk i hva de er opptatt av i lokalvalget 2007.” Dermed kan vi trekke den slutningen at saken skrevet av lokallaget i Oslo Høyre som presenterer deres betraktninger rundt lokalvalget. Teksten er en tradisjonell artikkel uten intervjuobjekter. I teoridelens avsnitt om kontekst understrekes det at taler kan deles inn i tre retoriske sjangere, genus deliberativum, genus demonstrativum og genus judicale. Høyres artikkel passer best til beskrivelsen av genus deliberativum all den tid dette er den politiske talenes sjanger. Ser vi på hvilket publikum denne artikkelen har, er det verdt å gi en påminnelse om at dette er en tekst publisert i Høyres medlemsblad forut for valget. Primærmottakergruppa er dermed medlemmer av partiet Høyre.

Tekstens disposisjon: Teksten er inndelt i seks avsnitt, hvor de tre første hovedsakelig handler om befolkningen i Oslo. Det påpekes at befolkningsveksten i byen er stor og at denne veksten byr på utfordringer så vel som muligheter. I tillegg fremgår det av innledningen i artikkelen at Oslo er en by med mange unge mennesker og at trivselen er rekordhøy. Midtveis endrer teksten karakter til å handle om barnehageplasser, før Høyre fra og med fjerde avsnitt skifter politisk tema. I dette avsnittet handler teksten om kriminalpolitikk. Denne fasen av teksten er den første hvor Høyre presenterer kritikk overfor regjeringens disposisjoner. I det femte og sjette avsnittet i teksten blir vi presentert for hva Høyres lokallag i Oslo mener om helse og omsorgspolitik. Gjennomgangsmelodien i de to siste avsnittene er at valgfrihet er bra når det

gjelder hjemmetjenester, skole og sykehjem. Teksten er disponert på en måte som gjør at første halvdel av teksten fungerer som bakgrunnsinformasjon om Oslo kommune. I den siste halvdel argumenterer Oslo Høyre for de politiske temaene de mener er de viktigste i forbindelse med lokalvalget.

Grunnleggende midler for å overtale: Høyre bygger sin etos i teksten på særlig én faktor. Høyre fremstiller seg selv som et ansvarlig parti i kriminalpolitikken. Det å dokumentere ansvarlighet har med etos å gjøre all den tid etos omhandler talerens troverdighet. Når en avsender viser at den vil ta ansvar, synliggjør den samtidig at den er seriøs. I sum kan dette øke avsenderens troverdighet. Det er i forbindelse med kriminalpolitikk at Høyre fremviser at de er et ansvarlig parti. I teksten kan vi se at de først lanserer et problem som går ut på at regjeringen mangler vilje til å oppfylle Oslo-politiets behov. Høyre mener nemlig at dagens underbemanning hos Oslo politidistrikt fører til at byen ikke oppleves som trygg. På grunnlag av dette ønsker Oslo Høyre å åpne for forsøk med kommunale vekterordninger som bidrar til trygghet, ro og orden i samarbeid med politiet. I artikkelen står det videre at Oslo Høyre ønsker et synlig politi som viser nulltoleranse for hverdagskriminalitet. I Høyres utforming og strukturering av de ovennevnte argumentene prøver partiet å redusere regjeringens etos på feltet kriminalpolitikk ved å hevde at de mangler vilje til å gjøre noe. Deretter synliggjør Høyre med sitt egenkomponerte forslag at de er en ansvarlig partipolitisk aktør som ser løsninger på problemer.

Høyre bygger sin logos i artikkelen på ett argument som vi skal se nærmere på. Som det ble pekt på under avsnittet tekstens disposisjon, handler artikkelens to siste avsnitt om at Høyre argumenterer for at konkurranse når det gjelder hjemmetjenester er positivt. Dette fører ifølge partiet til at eldre og pleietrengende får forbrukermakt til selv å velge den tjenesten de synes er best. Høyre skriver følgende avslutningsvis: ”Høyre vil gi deg rett til å velge skole, hjemmesykepleie, hjemmehjelp og sykehjem. Ikke fordi du skal velge hele tiden. Men du skal ha friheten til å kunne gjøre det”. Dette argumentet kan styrke partiets logos fordi mange forbinder valgfrihet med det å kunne velge mellom alt. I sitatet oppklarer Høyre at de ikke mener at befolkningen alltid skal velge mellom ulike tjenester, men ha muligheten til å gjøre det når det høver seg for den enkelte.

Dersom vi tar artikkelens overskrift nærmere i øyesyn ser vi at det står: ”Høyre elsker Oslo!” Med overskriften viser Høyre ved hjelp av patos at de er veldig glade i Oslo og tar kommunen på alvor.

Øvrige argumenter i teksten: Det er verdt å merke seg at Høyre i teksten argumenterer for at ringvirkningene av at Høyre og de øvrige borgerlige partiene har opphevet kommunens monopol på hjemmetjenester er utelukkende gode. ”Dette innebærer at eldre og pleietrengende har fått forbrukermakt til å selv velge den tjenesten de syntes er best, og kanskje enda viktigere: muligheten til å velge bort en tjeneste de ikke synes er bra nok”. I dette argumentet ligger det en dobbeltpåstand om at valgfrihet når det gjelder hjemmetjenester er bra for de eldre. For det første er valgfrihet bra fordi de eldre kan velge den tjenesten de syntes er best. For det andre kan de velge bort en tjeneste de ikke synes er bra nok. Når Høyre strukturerer argumentet sitt på denne måten kan de skape et inntrykk av at valgfrihet er noe mer enn det egentlig kanskje er. For det er som oftest slik at når noen velger den tjenesten de syntes er best, velger de samtidig bort de tjenestene de ikke syntes er bra nok.

I tekstens andre avsnitt får vi vite at ”Oslo vokser raskest i landet, både fordi folk velger å flytte hit og fordi de velger å få barn og bli boende her. Veksten byr på utfordringer, men gir også store muligheter for fremtiden”. I teoridelen refererte vi til Heradstveit og Bjørgo, samt Fredriksson som sier at en tautologi er et utsagn som alltid er sant fordi det ikke sier noen ting. Derfor går det heller ikke an å være uenig med en slik påstand. Det ovennevnte sitatet sier ikke mer enn at veksten byr på utfordringer, men også gir store muligheter for fremtiden”. Siden utfordringer og muligheter er nettopp utfordringer og muligheter kan leserne tolke det som de vil. Det er videre også vanskelig å si seg uenig i at folketallet i Oslo vokser raskest i landet grunnet tilflytting og at populasjonen ønsker å få barn og bli værende i hovedstaden.

Stil og språklige virkemidler: Høyres sak om lokalvalget i Oslo befinner seg innenfor kategorien mellomstil. Det er vanlig å plassere medietekster innenfor tre stilnivåer, høystil, mellomstil og lavstil. Høystilen har vanligvis sin plass i hyllingstaler og lovtekster. Mellomstilen finner du gjerne i nyhetene, mens lavstilen ofte er et gatespråk som kjennetegnes av slang eller banning. I artikkelens tredje avsnitt kan vi lese følgende: ”Dersom det fins hender nok til å bygge og drive disse barnehagene, håper barnehagebyråd Torger Ødegaard på at Oslo kommune kan sette norgesrekord i barnehageutbygging ved å bryte den magiske 4000- grensen før nyttår”. I dette sitatet bruker Høyre metonymi som språklig virkemiddel. I teoridelen viste vi til Lakoff og Johnson som sier at en metonymi oppstår idet en avsender beskriver delen i stedet for helheten. I det ovennevnte sitatet beskriver Høyre hendene til de som skal bygge og drive barnehagene i stedet for personene. I teoridelen ble også tropen lignelse trukket frem. I teksten kan vi se at denne anvendes av Høyre all den tid

de i det første avsnittet sammenligner Oslos befolkning med populasjonen i Tønsberg og Nøtterøy kommune. ”De siste ti årene har Oslos befolkning vokst tilsvarende Tønsberg og Nøtterøy kommune- til sammen”

Formulering av analysen: Høyres artikkel om partiets muligheter og prioriteringer i forbindelse med lokalvalget i Oslo 2007 fokuserer i startfasen på folketall og trivsel i hovedstaden. Deretter peiler teksten så vidt innom spørsmålet om barnehagedekning i Oslo, før Høyre argumenterer for et tryggere Oslo. Samtidig argumenterer Høyre mot regjeringen som ifølge partiet mangler vilje til å innfri Oslo-politiets behov. Implisitt fremgår det av teksten at regjeringen ikke har noen løsninger når det gjelder å bekjempe problemer knyttet til tiggging, prostitusjon, narkotikabruk og tagging i hovedstaden. Høyre på sin side synliggjør at de tar problemene på alvor, og fremstår sågar som et mer ansvarlig politisk parti enn deres rivaler. Høyre foreslår og ønsker å iverksette kommunale vekterordninger og et synlig politi for å gjøre hovedstaden tryggere. Videre hevdes det at Høyre og de øvrige borgerlige partiene har opphevet kommunens monopol på hjemmetjenester. Dette har medført en valgfrihet for de eldre som Høyre beskriver med et spesielt argumentasjonsmønster. Partiet mener at de eldre ikke skal velge mellom ulike helsetjenester hele tiden, men at de eldre skal ha friheten til å kunne gjøre det.

5.5 Tema 2, Lokalvalget i Oslo, Fremskrittspartiets medlemsblad

Artikkelens tittel: ”- Vi skal styre Oslo” (Vedlegg 11).

Fremskrittspartiets tolkningsrammer: Artikkelens kjerneramme er at Fremskrittspartiet angriper politiske motstanderes politikk, i dette tilfellet advarer de mot et rødt styre i Oslo etter kommunevalget 2007. Fremskrittspartiet tar i hovedsak opp tre politiske temaer der de søker å poengtere svakhetene til de politiske partiene Ap, SV og RV. Når det gjelder spørsmålet om hvilke naturlige perspektiver Fremskrittspartiet neglisjerer, er det verdt å fremheve at partiet kritiserer det røde byrådsalternativet for å ikke ha fokus på egen politikk i forkant av valget. Samtidig neglisjerer også Fremskrittspartiet i stor grad formidling av egen politikk i teksten. Til tross for at Fremskrittspartiet tar opp forskjellige politiske temaer, er det politiske spillet dominerende tendensen i artikkelen. Neste spørsmål i vår analyseprosedyre over partienes tolkningsrammer er hvilke politiske løsningsforslag partiene viser til i sin formidling. I artikkelen noterer vi oss at Fremskrittspartiet foreslår en pause i innvandringen

til Norge. Bakgrunnen for dette er at partiet mener en mange års mislykket innvandringspolitikk har ført til at Oslo har fått en underklasse av personer fra ikke-vestlige land. Det siste spørsmålet i analysemodellen over partienes tolkningsrammer er hvilke politiske konsekvenser partiene peker på i tekstene sine. I den aktuelle teksten ser vi at Fremskrittspartiet trekker frem hva som kan bli konsekvensene av Ap, SV og RV sin politikk i praksis dersom de tre nevnte partiene kommer til makten under et rødt styre i Oslo. Det hevdes at Ap og SV ikke er enige i hvorvidt Oslo skal ha eiendomsskatt eller ei. Dersom RV kommer på vippen kan eiendomsskatten bli gjeninnført, advares det i teksten. Fremskrittspartiet beskriver dette som et faremoment, all den tid dette vil drive opp boligprisene. Også i forbindelse med skole- og helse spørsmål ser partiet med skepsis på konsekvensene av det røde byrådsalternativets politikk. De fremhever konsekvensene av den på følgende måte: "Fritt valg for elever å velge skole og for eldre til å velge mellom hjemmehjelpstjenester og sykehjem kommer også til å være en saga blott med rødt byråd".

Tekstens kontekst: Fremskrittspartiets sak om lokalvalget i Oslo er en artikkel skrevet av Tore Larsen, journalist i partiet og aktiv innenfor formidling av tekster både på partiets nettsted og i medlemsblader. Saken "Vi skal styre Oslo" er en artikkel med to intervjuobjekter, FrPs ordfører kandidat Sverre Erik Kristiansen og byrådsleder kandidat Peter N. Myhre. Dette er en artikkel hentet fra Fremskrittspartiets medlemsblader, noe som indikerer at mottakergruppa er medlemmer av partiet. Fremskrittspartiets artikkel passer best innenfor den retoriske sjangeren *genus deliberativum*. I denne retoriske sjangeren oppfordrer eller avråder en taler eller en forfatter en viss handling. Målet er å komme frem til en felles beslutning. Fremskrittspartiet fraråder publikum til å sette sin lit til det røde byrådsalternativet i forbindelse med lokalvalget 2007.

Tekstens disposisjon: Teksten er strukturert i tre avsnitt, i tillegg til ingress. Allerede i ingressen ligger fokuset på det røde byrådet. Det fremgår allerede her at Fremskrittspartiet skal vinne valget fordi opposisjonen med et rødt byråd fører en politikk som for det første vil gjøre Oslo til en dyrere by å bo i. Dernest hevdes det at valgfriheten til Oslos befolkning vil bli innskrenket dersom det røde byrådet får makten. Sakens første avsnitt etter ingressen setter søkelyset på kritikk av det røde byrådsalternativet med Ap, SV og RV når det gjelder deres prioriteringer vedrørende det politiske temaet eiendomsskatt. I det neste avsnittet fremholder Fremskrittspartiet sin kritikk mot de nevnte partiene, men nå er det politiske temaet byttet ut med valgfrihet når det gjelder hjemmehjelpstjenester, sykehjem og skole. I sakens siste avsnitt

er innvandring/integrering temaet. For første gang i artikkelen snakker Fremskrittspartiet om egen politikk idet de slår fast at Oslo trenger en innvandringspause. Også i dette avsnittet kritiserer Fremskrittspartiet politiske rivaler.

Grunnleggende midler for å overtale: Fremskrittspartiet bygger sin etos i teksten på at de advarer mot det de mener blir politiske motstanderes politikk i praksis. Ved å søke å redusere rivalenes troverdighet, kan Fremskrittspartiet styrke sin egen etos i og med at de fremstiller seg som en bedre kandidat til bystyret i Oslo enn partiene i det røde byrådsalternativet. Partiet setter ikke egen politikk i søkelyset i særlig stor grad. Det er kun i forbindelse med innvandringspolitikk Fremskrittspartiet setter fokus på egen politikk. Partiet søker snarere å redusere motstandernes troverdighet i tur og orden på de politiske feltene eiendomsskatt, helse, skole og innvandring. Fremskrittspartiet advarer sine lesere om at en eventuell eiendomsskatt vil drive opp boligprisene og at folk allerede betaler mer enn nok. Partiet advarer videre om at det røde bystyrealternativet vil fjerne valgfriheten for folket i helse- og skolepolitikken. Når det gjelder innvandringspolitikk skriver Fremskrittspartiet eksplisitt at Arbeiderpartiet fører en uansvarlig politikk og ikke klarer å møte utfordringene knyttet til integrering.

Fremskrittspartiet konstruerer sin logos i teksten ved hjelp av noen argumenter som vi skal se nærmere på. I tekstens siste avsnitt starter et langt resonnement fra Peter N. Myhre på følgende måte: ”- Uansett hvor du kommer fra i verden, uansett om du er av norsk opprinnelse eller ikke, så skal man innrette seg etter lover og regler her”. I teoridelen viste vi til Andersen som mener man mobiliserer logos på grunnlag av de overbevisende momentene som i hvert enkelt tilfelle viser til hva som er sant eller sannsynlig. De fleste er nok enige i starten på resonnementet til Myhre. Videre kan det tenkes at Fremskrittspartiet mobiliserer logos hos sitt publikum når de på slutten av første avsnitt sier følgende om eiendomsskatt: ”Dette vil drive opp boligprisene og folk betaler jammen nok som det er”. De fleste syntes nok det er sant at det ikke er bra at boligprisene blir for høye.

Fremskrittspartiet mobiliserer patos hos tilhørerne når de peker på at det røde byrådsalternativet fratar befolkningen muligheten til valgfrihet når det gjelder skole- og helsetjenester. Fremskrittspartiet fremholder at dette vil bli et stort steg tilbake for en befolkning som vil ha mer frihet til å velge. Partiet klandrer politiske motstandere for å ikke engasjere seg for valgfrihet i skole- og helsepolitikk. Fremskrittspartiet mener befolkningen har rett på denne valgfriheten. I teoridelen refererte vi til Karlberg og Mral som nevner et lignende argumentasjonsmønster når et parti skal påkalle publikums patos. Det nevnte

mønsteret repeteres her: ”Gäller det en moralisk argumentering framhävs kanske människors eller partiets skyldighet att engagera sig för en sak eller att ta ställning. Och slutligen kan talaren tilltala publikens rättkänsla genom att påvisa de rättigheter som medborgaren har i samhället.” (Karlberg og Mral 1998: 43).

Øvrige argumenter i teksten: Fremskrittspartiet gjentar samme argument to ganger i artikkelen, den ene gangen er argumentet også plassert med en fetere font sentralt i artikkelen. ”Mens vi i FrP vil ha en innvandringspause, vil Gerhardsen ha integreringspause”, står det å lese. Når Fremskrittspartiet sier at Rune Gerhardsen vil ha innvandringspause, tenderer dette mot enthymemet. I teoridelen viste vi til Andersen som trekker frem følgende eksempel på hvordan et enthymemet er strukturert i praksis: ”Jeg tror det ikke; det er en politiker som har sagt det” (Andersen 1995:150). Dette sitatet inneholder en latent påstand om at politikere pleier å lyve. Det Fremskrittspartiet egentlig mener med at Gerhardsen vil ha en integreringspause, er at Gerhardsen ifølge partiet ignorerer utfordringer knyttet til integrering fullstendig og ikke kommer opp med noe konkret for å bedre integreringen. På grunnlag av dette er utsagnet: ”Gerhardsen vil ha integreringspause” en uutalt påstand fra Fremskrittspartiet om at Gerhardsen ikke gjør noe for å bedre integreringen i Norge.

Stil og språklige virkemidler: Fremskrittspartiets artikkel om lokalvalget i Oslo befinner seg innenfor kategorien mellomstil. Dette er stilen som føres i nyheter. Fremskrittspartiet bruker metaforer i utstrakt grad i artikkelen. Det er verdt å merke seg at metaforene i de fleste tilfellene brukes strategisk som et ledd i partiets argumentasjon mot politiske rivaler, i dette tilfellet det røde byrådsalternativet bestående av Ap, SV og RV. Metaforene søker å billedliggjøre svakheter med rivalenes fremgangsmåter og politikk for øvrig. Eksempler på dette er følgende utsagn i teksten ”Alt som er kommunalt er for dem en hellig ku”, ”Samtidig som vi har en regjering som har erklært krig mot private skoler og private løsninger innen eldreomsorg” og ”Her forsøker også Ap å sukre pillen ved å si at de ikke vil ta tilbudene fra folk, men dette er det ingen grunn til å stole på.”. La oss drøfte betydningen av noen av disse metaforene. Når Fremskrittspartiet skriver ”Alt som er kommunalt er for dem en hellig ku” bidrar dette til å visualisere overfor publikum at det røde byrådsalternativet er glade og tviholder på kommunale løsninger. Når Fremskrittspartiet skriver at de ”har en regjering som har erklært krig mot private skoler og private løsninger innen eldreomsorg”, visualiserer partiet ved hjelp av en krigsmetafor at den nåværende regjeringen kjemper knallhardt mot private løsninger innenfor eldreomsorg og skole.

Tekstens overskrift "Vi skal styre Oslo" inneholder allitterasjon, der to av ordene starter på samme konsonant.

Formulering av analysen: Fremskrittspartiets presentasjon av lokalvalget i Oslo dreier seg primært om å trekke frem argumenter som sier noe om hvordan politikken til det røde byrådsalternativet vil fortone seg i praksis dersom dette alternativet får danne byråd i Oslo. Med unntak av i artikkelens overskrift og innledningsvis i artikkelens siste avsnitt snakker ikke Fremskrittspartiet om egen politikk. Kjernerammen i artikkelen er de politiske motstandernes politikk. Fremskrittspartiet bruker en rekke virkemidler for å argumentere mot det røde byrådsalternativet. Blant annet virker det som at Fremskrittspartiet ønsker å styrke sin troverdighet ved å redusere rivalenes troverdighet. I en kamp om to mulige byrådskonstellasjoner, kan Fremskrittspartiet vinne troverdighet på å fraråde publikum det øvrige alternativet. Partiet nytter også entymemet og metaforer strategisk. Ved hjelp av disse virkemidlene havner argumentene i favør av det borgerlige byrådsalternativet og i det røde byrådsalternativet disfavør.

5.6 Sammenfattende analyse, Lokalvalget i Oslo

Partiene bruker forskjellige kjernerammer idet de skal kommentere politikk og partienes respektive muligheter i forkant av lokalvalget i Oslo. Mens Høyre primært presenterer egen politikk, angriper Fremskrittspartiet politiske motstandere som Arbeiderpartiet, Sosialistisk Venstreparti og Rød Valgallianse i sin artikkel. Fokus på egen og andres politikk, påvirker antall løsninger partiene anviser i sine artikler. Høyre viser frem et større spekter av politiske løsninger enn Fremskrittspartiet. Høyre vil åpne for kommunale vektorordninger i Oslo, samt iverksette tiltak for å synliggjøre politiet i Oslos gater. Partiet vil også skaffe barnehageplass til alle i Oslo. Fremskrittspartiet på sin side foreslår en innvandringspause til Norge. Partiene setter forskjellige politiske temaer på agendaen i sine artikler. Høyre er spesielt opptatt av barnehagedekning, bekjempe kriminalitet og helse. Fremskrittspartiet vier primært spalteplass til eiendomsskatt, helse og innvandring/integrering. De to partiene setter begge valgfrihet for brukere i fokus i sine tekster. Begge partiene søker tilsynelatende å profitere på at de kan tilby befolkningen noe som ikke opposisjonen kan, nemlig valgfrihet når det gjelder skole- og helsetjenester. Det kan hevdes at valgfrihet er et begrep som vil kunne forvirre en del av befolkningen, særlig kanskje eldre. Dette i form av at de får en følelse av at de må velge mellom alt hele tiden. I så henseende er det verdt å merke seg at Høyre har møtt disse

utfordringene med å utdype at du ikke skal velge hele tiden, men ha friheten til å kunne gjøre det. Fremskrittspartiet bruker andre virkemidler for å synliggjøre valgfrihetens relevans for befolkningen. De hevder at Arbeiderpartiet til ta tilbudene fra folk, og at regjeringen har erklært krig mot private skoler og private løsninger innen eldreomsorg. Videre kan det virke som at begge partiene bygger sin etos basert på politiske motstandere. Dette i form av at Høyre ønsker å fremstå som et mer ansvarlig parti enn partiene i regjeringen når det gjelder å gjøre Oslo til en tryggere by. Fremskrittspartiet later til å bygge sin etos på å redusere politiske motstanderes troverdighet på temaer som eiendomsskatt, helse og innvandring. Det er videre forskjeller i hvordan partiene prøver å mobilisere patos hos sine tilhørere på. Høyre sier at de elsker Oslo i overskriften. Fremskrittspartiet peker på at et eventuelt rødt byråd vil fjerne alt som heter valgfrihet. Og i følge partiet vil dette føre til et stort steg tilbake for befolkningen.

Vi kan også spore kontraster i partienes argumentasjon for egne saker i tilknytning til lokalvalget i Oslo. Dette ved at Høyre benytter seg av tautologi, en påstand som det er umulig å være enig i og som alltid er sann. Fremskrittspartiet nytter på sin side enthymemet, et forkortet logisk resonnement, i sin argumentasjon mot det røde byrådsalternativet. Når det gjelder språklige virkemidler er det verdt å merke seg at Fremskrittspartiets tekst er rikere på metaforer enn Høyres tekst. Mange av disse metaforene brukes også strategisk i argumentasjon mot politiske motstandere. Høyre bruker lignelse og metonymi i sin artikkel som språklige virkemiddel. Det er for øvrig viktig å ta i betraktning de to eneste sakene partiene har skrevet om lokalvalget i Oslo i sine respektive medlemsblader forut for valget. Når partiene bruker kun én artikkel til å presentere lokalvalget i Oslo, er det neppe tilfeldig hvilke tolkningsrammer og retoriske virkemidler som anvendes.

6 Tolkningsrammer og retoriske virkemidler på nett

Den påfølgende delen vil kartlegge tolkningsrammer og retoriske virkemidler i tre utvalgte tekster på Høyre og Fremskrittspartiets nettsteder fjorten dager før valget i 2007.

Analyseprosedyren er den samme som gjør seg gjeldende i kapittelet ovenfor vedrørende lokalvalget i Oslo. De tre temaene vi skal igjennom er partienes egne dekning av skatt/eiendomsskatt, utdanning og helse/eldreomsorg. Inkludert i analysene er en sammenfattende analyse som ser partienes formidling i forhold til hverandre.

6.1 Tema 1, Skatt/eiendomsskatt på Høyres nettsted

Artikkelens tittel: "Høyre utfordrer Regjeringen om eiendomsskatt: Sett en maksimumsgrense!"

Høyres tolkningsrammer: Tekstens kjerneramme er eiendomsskatt. Det fokuseres på ulike aspekter ved dette temaet i teksten. For det første kan det sies at Høyre er misfornøyd med regjeringens politikk på feltet eiendomsskatt og frykter denne. Partiet har derfor utformet et eget forslag som de mener vil senke eiendomsskatten. Hvilke perspektiv som det i utgangspunktet ville vært naturlig for Høyre å satt fokus på - neglisjeres så i teksten? Høyre argumenterer i detalj i saken hvordan eiendomsskatten kan senkes ved å innføre et "tak". Høyre sier imidlertid ikke noe om hvordan staten skal generere inntektene de taper ved å senke eiendomsskatten. Det tredje steget i analysen vil søke svaret på hvilke løsninger partiene anviser i sine politiske saker. I artikkelen fremmer Høyre et løsningsforslag overfor regjeringen. Jan Tore Sanner utfordrer regjeringspartiene og stiller spørsmålet om de vil støtte Høyres forslag om en maksimumsgrense for eiendomsskatt. Det fjerde steget dreier seg om å undersøke hvilke konsekvenser partiene peker på i tekstene sine. I Høyres artikkel pekes det på at den rødgrønne eiendomsskatten rammer tilfeldig og er usosial. Hytteskatten gjør det vanskeligere og dyrere å beholde hytta i familien. Den som tilfeldigvis eier en hytte i et populært område kan risikere mange tusen kroner i hytteskatt i året.

Tekstens kontekst: Høyres sak om temaet skatt/ eiendomsskatt er en tradisjonell artikkel, der Høyre som parti formidler sin misnøye med at regjeringen har åpnet for hytteskatt. I tillegg peker Høyre på at en del folk blir rammet ettersom den sterke økningen i bolig- og eiendomsprisene gir kraftig økning i eiendomsskatten for mange. Hovedbudskapet i artikkelen er imidlertid at Høyre utfordrer regjeringen til å sette en maksimumsgrense på eiendomsskatten i Norge. Høyre ønsker at deres forslag blir satt ut i livet av den nåværende regjering. De oppfordrer derfor regjeringspartiene Arbeiderpartiet, SV og SP om å støtte Høyres forslag. Høyres artikkel passer best til beskrivelsen av genus deliberativum ettersom Høyre, anført av Jan Tore Sanner, oppfordrer regjeringen til handling i skattepolitikken. Dette er i tråd med essensen innenfor den nevnte retoriske genre som sier: "Genus deliberativum är de politiska talens genre. Talaren eller författaren förordar eller avråder en viss handling och målet är att debatten ska leda till ett gemensamt beslut" (Karlberg og Mral 1998:22).

Tekstens disposisjon: Teksten innleder med å fortelle om bakteppet for tekstens budskap og

overskrift, det vil si grunnen til at Høyre vil utfordre Regjeringen om eiendomsskatt. I teoridelen blir det fremhevet at ettersom innledningen på en tale ofte anvendes til å gjøre mottakerne oppmerksomme, kan innledningen også brukes til å mistenkeliggjøre motstanderen. I artikkelen kan det se ut som at Høyre benytter seg av dette, ettersom innledningen begynner slik: ”Med den rødgrønne regjeringen øker nå eiendomsskatten i mange kommuner”. I tekstens midtadel argumenterer Høyre for hvorfor deres forslag er fornuftig. Avslutningsvis i artikkelen poengterer Høyre at den rødgrønne regjeringen bryter skatteløftet som de selv gikk til valg på i 2005, som gikk ut på at de ikke skulle øke skattenivået til mer enn ”2004-nivå”. I avslutningen holder Høyre en appell hvor de skriver: ”Kombinasjonen av rødgrønne ordførere som omfavner eiendomsskatt og utvidelsen fra regjeringen fra 2007 til å kunne skattlegge eiendom utenfor bymessig område, betyr at regjeringen har brutt dette løftet til velgerne”. Artikkelens avsluttende setning kan sees på som tekstens siste forsøk på å overbevise publikum om at Høyres motstandere ikke har holdt skatteløftet de lovte befolkningen i 2005.

Grunnleggende midler for å overtale: Høyre formidler sin *etos* i teksten ved å skissere et alternativt forslag til regjeringens rådende skattepolitikk. Dernest viser de at dette forslaget vil være bedre for befolkningen enn hva tilfellet er med regjeringens skattepolitikk. Høyre refererer til seg selv som en autoritet i saken ettersom partiet tilsynelatende har en bedre alternativ skattepolitikk enn regjeringen. I artikkelen er Høyres finanspolitiske talsmann Jan Tore Sanner, som må sies å ha god troverdighet på det aktuelle området, intervjuet og avbildet. Det er Sanner som fronter partiets utspill. Høyre tar også i bruk *logos* for å overtale sitt publikum. Dette i form av at de argumenterer med tall mot regjeringen. Det er ikke overraskende at tall blir brukt som argumentasjon i en sak om temaet eiendomsskatt. Det er til syvende og sist økonomiske faktorer som dominerer debatten rundt dette emnet. Blant annet skriver Høyre: ”Fra 2005 til 2006 har eiendomsskatten økt med mer enn 1, 5 mrd” og ”Enkelte steder i rødgrønne kommuner må folk betale mellom 10.000 og 14.000 kr i eiendomsskatt i året”. Det er få spor av at Høyre bruker *patos* aktivt i teksten. Imidlertid kan artikkelen avslutningsvis tolkes dit hen at Høyre prøver å frembringe hvilke følger økt eiendomsskatt får for mannen i gata. Utsagn som ”de mest horrible utslagene” og ”Eiendomsskatten er usosial og rammer tilfeldig uten hensyn til gjeld eller inntekt”, kan relateres til at Høyre ønsker å vekke følelser, *patos*, hos sine tilhørere. I den grad en kan snakke om at Høyre skaper *patos* i artikkelen, skjer det ved at partiet prøver å skape medlidenhet overfor befolkningen i de to ovennevnte utsagn. Fra teoridelen husker vi at

”Medlidenhet defineres som en slags smerte av synet av noe ondt, ødeleggende eller smertefullt som rammer noen utfortjent, og som også en selv eller ens nærmeste må antas å kunne bli utsatt for” (Andersen 1995:38). Når Høyre sier at eiendomsskatten er usosial og rammer tilfeldig, *kan* dette være en indikasjon på at partiet føler medlidenhet med folk som rammes av eiendomsskatt.

Øvrige argumenter i teksten: I teksten er det Høyres finanspolitiske talsmann, Jan Tore Sanner som fronter budskapet på vegne av partiet. Det er verdt å merke seg at Høyre trekker inn en autoritet i saken. Høyre oppgir Huseiernes Landsforbund som kilde for sin argumentasjon for at ”De rødgrønne partiene styrer i 9 av 10 kommuner med høyest eiendomsskatt”. Huseiernes Landsforbund må sees på som en troverdig kilde i denne sammenheng. Videre benyttes logosargumentet eksempelet i teksten, og da særlig det *historiske eksempelet*. I tekstens siste avsnitt kan vi lese at: ”De rødgrønne gikk til valg i 2005 på å ikke øke skattenivået til mer enn ”2004-nivå”. Fra 2005 til 2006 har eiendomsskatten økt med mer enn 1, 5 mrd”. Selv om det ovennevnte eksempelet til Høyre er hentet fra ganske nylig, er det like fullt historisk. At et eksempel er såpass ferskt kan bidra til at publikum har lettere for å huske det. Siden historien stort sett ser ut til å gjenta seg, brukes her eksempelet som en advarsel mot regjeringens disposisjoner på feltet skatt/eiendomsskatt. I teoridelen peker Øivind Andersen på at ”Den historiske erfaring avlegger dermed et slags vitnesbyrd for fornuften” (Andersen 1995:153).

Stil og språklige virkemidler: Høyres sak om skatt/eiendomsskatt befinner seg innenfor kategorien mellomstil. Dette er stilen som føres i nyheter. I teksten noterer vi oss at *metaforer* er brukt i utstrakt grad som språklig virkemiddel: ”Høyre utfordrer Regjeringen om eiendomsskatt”, ”De rødgrønne bryter skatteløftet”, ”Rødgrønne ordførere som omfavner eiendomsskatt” og ”Høyres maksgrense vil mer enn halvere skatten”. La oss så drøfte hva slags funksjon noen av disse metaforene har i teksten. Når Høyre skriver at rødgrønne ordførere omfavner eiendomsskatt, vil begrepet omfavne kunne være med på å billedliggjøre publikums oppfatninger. For vanligvis er det slik at en omfavner et levende vesen snarere enn eiendomsskatt. I den ovennevnte setning brukes begrepet omfavne som et bilde på at regjeringen er særdeles glade i eiendomsskatten. For leserne av teksten kan det hende at metaforen skaper en følelse av at regjeringen er gladere i eiendomsskatten enn de egentlig er. I tekstens overskrift ” Høyre utfordrer Regjeringen om eiendomsskatt” henter Høyre inn et omgrep (utfordre) som kanskje mange fortrinnsvis kjenner til fra idrettsspråket og krig. Ettersom omgrepet utfordre av mange blir assosiert med duell, kan Høyre med denne

metaforen skape et bilde hos mottakerne at deres sak om eiendomsskatt er veldig viktig.

Formulering av analysen: Høyres artikkel om temaet skatt/eiendomsskatt anklager den rødgrønne regjeringen for å bidra til å øke eiendomsskatten i mange kommuner. På grunnlag av dette har de utformet et eget forslag som gjør at eiendomsskatten halveres. Analysen ovenfor har vist at Høyre tar i bruk ulike virkemidler for å argumentere for sin sak og i mot politiske rivaler. For det første kan det være rimelig å hevde at Høyre legitimerer sin handlekraftighet og selvtillit overfor sitt publikum ved å vise til et forslag som halverer eiendomsskatten. Analysen har også vist at Høyre baserer mye av sin argumentasjon mot politiske motstandere på tall og det historiske eksempelet. Ved én anledning oppgir også Høyre en ekstern kilde, Huseiernes Landsforbund, for å bringe på det rene at rødgrønne partiene styrer i 9 av 10 kommuner med høyest eiendomsskatt. Av språklige virkemidler benytter Høyre seg av metaforer for å aktivisere og billedliggjøre forhold rundt eiendomsskatt.

6.2 Tema 1, Skatt/eiendomsskatt på Fremskrittspartiets nettsted

Artikkelens tittel: ”- Bolig er statens nye melkeku”

Fremskrittspartiets tolkningsrammer: Tekstens kjerneramme er eiendomsskatt. I dette tilfellet ser Fremskrittspartiet på mange faktorer som både berører og berøres av eiendomsskatt i sin artikkel om emnet. Eiendomsskatt er en usosial skatt som ikke tar hensyn til huseiernes gjeldssituasjon, inntektssituasjon og betalingsevne, heter det fra partiets hold. Hvilke perspektiv neglisjeres så i teksten? Det fremgår ingen forklaring fra Fremskrittspartiet eller sakens intervjuobjekt på hvordan staten skal dekke inn tapte inntekter dersom eiendomsskatten avvikles. Hvilke løsninger anviser Fremskrittspartiet i sin artikkel om eiendomsskatt? Fremskrittspartiet formidler at de er i kategoriske motstandere av eiendomsskatt i teksten. De har ikke utarbeidet noe form for løsningsforslag for å forhandle frem en for Fremskrittspartiet bedre ordning på det politiske plan. Hvilke konsekvenser mener så Fremskrittspartiet at eiendomsskatten får for de norske borgerne og samfunnet for øvrig? Partiet peker på følgende i teksten: Eiendomsskatten er tidkrevende og dyr å innføre og er et særdeles dårlig virkemiddel for å få økt tilflytting eller næringsetablering i kommunen.

Tekstens kontekst: Fremskrittspartiets sak om temaet skatt/eiendomsskatt er et saksintervju,

der partiet har intervjuet administrerende direktør i Huseiernes Landsforbund, Petter Batta. Det er neppe tilfeldig at Fremskrittspartiet har intervjuet nettopp Batta siden hans syn angående eiendomsskatt er i tråd med Fremskrittspartiets. Saken er skrevet av David Lande, journalist i Fremskrittspartiet. Det er rimelig å hevde at saksintervjuet passer best innenfor kategorien Genus deliberativum. Som vi har sett er dette de politiske talenes genre, hvor taleren enten oppfordrer eller avråder en viss handling. Saksintervjuet har en oppfordrende funksjon, ettersom Petter Batta mener at kommunevalget bør bli et oppgjør med eiendomsskatten.

Tekstens disposisjon: Tekstens overskrift ”- Bolig er statens nye melkeku”, som for øvrig er et sitat av Batta, repeteres i ingressen. I ingressen fremgår det også at Petter Batta er forbannet på den nye rødgrønne eiendomsskatten. Det kan tenkes at Fremskrittspartiet bruker et så sterkt uttrykk som ”forbannet” i ingressen for å gjøre saken interessant innledningsvis. Det er grobunn for å hevde at uttrykket ”forbannet” vekker oppsikt hos publikum og sågar fungerer som lokkemiddel for å lese videre. Etter ingressen kommer informasjon om hvorfor Batta er misfornøyd med eiendomsskatten i Norge. Deretter går teksten internasjonalt til verks og ser hvordan forhold til eiendomsskatt er i Skandinavia. Midtveis omhandler teksten hvordan eiendomsskatten berører folket. Avslutningsvis peiler intervjuet over til å handle om hvordan folk historisk har reagert på innføring av eiendomsskatt i Oslo og i Fredrikstad kommune. Saksintervjuet rundes av med en forhåpning om at eiendomsskatten snart står for fall.

Grunnleggende midler for å overtale: Fremskrittspartiet formidler sin etos i teksten ved at de trekker inn en ekstern autoritet inn i saken. Petter Batta er administrerende direktør i Huseiernes Landsforbund og har god troverdighet på temaet skatt/eiendomsskatt. Når Fremskrittspartiet henter inn en utenforstående autoritet, kan dette ha innvirkning på hvordan publikum oppfatter budskapet i teksten. Dette ved at publikum kan få en følelse av at Fremskrittspartiet har en ekstern autoritet av en medspiller med på laget som har et syn som er forenlig med partiets. Når den administrerende direktøren i Huseiernes Landsforbund gir Fremskrittspartiet rett i deres standpunkt i forhold til eiendomsskatt, kan dette øke Fremskrittspartiets troverdighet på det nevnte temaet. Hos partiets velgere og medlemmer kan Battas inntreden i denne saken føre til at de blir sikrere på at de har gjort et riktig valg med henhold til politisk ståsted.

Fremskrittspartiet benytter seg også argumentasjon av typen logos i teksten. Dels skjer denne argumentasjonen ved at Fremskrittspartiet argumenterer med tall mot den rødgrønne

regjeringen. Derneft benytter partiet seg av logosargumentet det historiske eksempelet for å kunne vise at tallene er negative, slik som i denne setningen: ”Mens det i 2001 var 53 prosent av kommunene som hadde innført eiendomsskatt, er det i dag nærmere to tredjedeler”. Partiet baserer seg også på at Batta fremmer argumenter mot eiendomsskatt:

”For det første må det gjennom taksering, som både er tidkrevende og dyrt, for det andre tar det lang tid før inntektene fra denne skatten får merkbar effekt i kommunene og for det tredje er det særdeles dårlig virkemiddel for å få økt tilflytting eller næringsetablering i kommunen”. Når Batta lister opp tre argumenter mot eiendomsskatt på måten som ovenfor, kan dette ha effekt på publikum. Ut fra Battas utsagn får vi ikke vite hvilke tall som ligger bak når han sier at taksering er tidkrevende og dyrt, men siden det nettopp er administrerende direktør Batta fra Huseiernes Landsforbund som sier dette, kan dette i sum øke troverdigheten til intervjuobjektet og saken for øvrig. Grunnen til dette er at publikum trolig forventer at en mann som Batta med sin posisjon snakker sant og innehar kunnskaper på det nevnte fagfelt. Fremskrittspartiet tar også i bruk utsagn som kan relateres til patos i sitt saksintervju. I ingressen kommer det frem at Petter Batta er ”forbannet på den nye rødgrønne eiendomsskatten”. Forbannet er et begrep som handler om følelser, og kan assosieres med sinne. Også følgende setning kan være en indikasjon på at Fremskrittspartiet benytter patos i sin argumentasjon: ”Utvidelsen av kommunens mulighet til å kreve inn eiendomsskatt også utenfor bynære områder, setter sinnene i kok blant landets huseiere”. Derneft kan også følgende sitat av Batta tolkes som patos: ”Dette skaper misnøye og sinne blant svært mange. I røde Fredrikstad kommune gikk tusenvis i demonstrasjonstog mot innføringen av eiendomsskatten”. Fremskrittspartiets bruk av patos i sin argumentasjon mot eiendomsskatt, er med på å visualisere at deler av befolkningen viser sterk misnøye slik forholdene rundt skatten er i dag.

Øvrige argumenter i teksten: I teksten kan vi blant annet registrere et argumentasjonsmønster som minner om et *topoi*. ”I våre naboland er det langt færre som eier sine boliger. Mens opp til 50 prosent av svenskene, danskene og finnene eier egen bolig, er det nesten 80 prosent av nordmennene som gjør dette”. I tillegg til dette ber intervjuobjektet Batta norske politikere om å se hva som skjer på den andre siden av kjølen når det gjelder skatter og avgifter. Det er ikke alltid tilfeldig at det foretas sammenligninger mellom norske og utenlandske forhold når det gjelder politiske temaer. Slike sammenligninger kan være basert på et tankegods som følger: ”Når de får til ting i Sverige og Danmark, skal vi klare det i Norge også”. Når Batta oppfordrer norske politikere til å se på hva som skjer i Norges naboland, benytter han seg av

en argumentasjonsstrategi som er ganske lik et topoi. I praktisk argumentasjon kan et topoi se slik ut: ”(mulig/ikke mulig): Hvis den ene av to ensartede ting er umulig, er den andre det også. Hvis den vanskeligste av to ting er mulig, er den letteste det også.” (Andersen 1995:155). Videre noterer vi oss at følgende sitat av Batta gjør nytte av en lignende argumentasjonsteknikk helt til slutt i teksten: ”Under den forrige, sosialdemokratiske regjeringen ble arveavgiften avskaffet. Den nye borgerlige regjeringen har avviklet formueskatten og eiendomsskatten står også for fall”. Battas sitat kan sees på som en forhåpning om at ettersom både arveavgiften og formueskatten er blitt avskaffet relativt nylig, vil også eiendomsskatten snart bli eliminert. En slik forhåpning *kan* relateres til det som Øyvind Andersen påpeker ovenfor, nemlig at hvis den ene av to ensartede ting er mulig, er den andre det også. Det er også verdt å merke seg at Fremskrittspartiet i teksten benytter seg av logosargumentet, eksempelet. Denne argumentasjonen skjer ved hjelp av det historiske eksempelet. Blant annet går partiet tilbake i tid for å synliggjøre at det har blitt en økning i eiendomsskatten i løpet av den rødgrønne regjeringens styreperiode.

Stil og språklige virkemidler: Det er rimelig å hevde at saksintervjuet befinner seg på nivået til mellomstilen, all den tid nyheter hører hjemme på dette stilnivået. I sakens overskrift, som lyder som følgende: ”- Bolig er statens nye melkeku” benytter Fremskrittspartiet seg av en metafor idet de tegner et bilde av at staten har en bolig som melkeku. Videre benyttes det metaforer i teksten når Fremskrittspartiet skriver ”eiendomsskatten står for fall”, samt utsagnet ”kommunevalget bør bli et oppgjør med eiendomsskatten”. Den sistnevnte setningen kan være med på å danne et bilde av at kommunevalget blir en arena for en kamp med eiendomsskatten. Oppgjør er et begrep som kan assosieres med et idrettsarrangement eller krig. Sann sett kan det være rimelig å hevde at metaforenes funksjon i teksten, er å visualisere et inntrykk overfor publikum at kommunevalget kommer til å bli en særdeles viktig anledning med henhold til det politiske temaet eiendomsskatt. Også det språklige virkemiddelet perifraser blir brukt av Fremskrittspartiet i teksten. Perifrase, er som nevnt i teoridelen et synonym som gjør at medietekster kan bli mer ordrike. ”I røde Fredrikstad kommune gikk tusenvis i demonstrasjonstog mot innføringen av eiendomsskatten”. Når Fremskrittspartiet refererer til røde Fredrikstad, er dette en politisk sjargong som er synonymt med at Fredrikstad kommune enten blir styrt eller har flertall av røde partier i kommunestyret. Omgrepet røde henviser her til et parti på venstresiden av norsk politikk. Det er videre verdt å merke seg at Fremskrittspartiet benytter seg av anledningen til å smette inn noen subjektive ytringer idet de karakteriserer eiendomsskatt i teksten. I tekstens første avsnitt etter ingressen

kan vi lese ”Denne usosiale skatten” og i siste avsnitt registrerer vi ”Denne tvilsomme skatten”.

Formulering av analysen: Fremskrittspartiets artikkel om temaet skatt/eiendomsskatt bærer preg av at kommunevalget nærmer seg. Hovedfokuset i teksten ligger på at kommunevalget er en passende anledning for norske velgere å bestemme at ikke eiendomsskatten skal vinne innpass i Oslo. Som supplement til egen argumentering mot eiendomsskatt, trekker Fremskrittspartiet inn en motstander av eiendomsskatt fra utenfor partiet som bygger opp om partiets standpunkter når det gjelder eiendomsskatt. Vi har også sett at Fremskrittspartiet i teksten bruker argumentasjonsformene logos, etos og patos aktivt i teksten. Videre merker vi oss også at saksintervjuet gjør bruk av *topoi* i sin argumentasjon. Ved å sammenligne de skattemessige forholdene i Norge med skattepolitikken i våre naboland, mener Fremskrittspartiet at det er logisk at Norge bør få til en identisk skattepolitikk. Av språklige virkemidler i teksten er perifraser og metaforen de mest fremtredende.

6.3 Sammenfattende analyse, Skatt/eiendomsskatt

Det er en del likheter mellom Høyres og Fremskrittspartiets tolkningsrammer i deres dekning av det politiske temaet eiendomsskatt forut for kommunevalget. Begge partier fokuserer på at eiendomsskatten er usosial slik den fungerer per i dag. Fremskrittspartiet skriver: ”Skatten er usosial fordi man ikke tar hensyn til om huseires gjeldssituasjon, inntekstsituasjon eller betalingsevne”. Høyre skriver på sin side: ”Eiendomsskatten er usosial og rammer tilfeldig uten hensyn til gjeld eller inntekt”. Det er videre verdt å merke seg en forskjell mellom partienes tolkningsrammer. Mens Høyre i sin artikkel forteller detaljert om sin egne politikk samt forslag til endringer på feltet eiendomsskatt, nøyer Fremskrittspartiet seg med å vise sin misnøye med den rødgrønne eiendomsskatten. I Høyres artikkel kan vi lese: ”Høyre vil innføre et ”tak” på eiendomsskatten slik at grunnlaget for eiendomsskatt ikke kan settes høyere enn 30 prosent av markedsverdien. På den måten blir eiendomsskatten mer enn halvert og de helt urimelige belastningene for vanlige lønnstakere og pensjonister unngås”. Dersom vi kikker litt på tekstens latente funksjon, benytter begge partiene seg av samme logosargument i sin argumentasjon mot politiske motstandere. Både Høyre og Fremskrittspartiet går tilbake i *historien* for å synliggjøre med *tall* at det har blitt en økning i eiendomsskatten i løpet av den rødgrønne regjeringens styreperiode. Videre er prioriteringene til partiene like idet de velger kilder i sine respektive saker om temaet

eiendomsskatt. Begge partiene bruker Huseiernes Landsforbund som kilde i saken, men her stopper også likhetene. Kildene anvendes nemlig på forskjellige måter hos partiene. Der Høyre oppgir Huseiernes Landsforbund som kilde til tallmateriale, trekker Fremskrittspartiet en representant fra samme organisasjon inn i saken som intervjuobjekt. I artikkelen kommer det også frem at intervjuobjektet bygger opp om og roser Fremskrittspartiets standpunkter rundt eiendomsskatt. ”Han roser Fremskrittspartiets kamp mot denne usosiale skatten. – Det er de som ikke er begeistret for at andre stjeler ens klær, men på dette punktet er vi glade for at Fremskrittspartiet er kategoriske motstandere av eiendomsskatten, forkynner Batta”. I teoridelen av oppgaven nevnte vi noen forhold rundt reklamens *testimonials*. ”Ordet kommer fra det latinske *testes*, som betyr vitne. I testimonials fremstiller man mennesker, gjerne både kjente og anerkjente som sannhetsvitner eller garanter for et produkt” (Kjeldsen 2006:126). Petter Batta sin rolle i Fremskrittspartiets sak om eiendomsskatt har en tilnærming til det Kjeldsen ovenfor kaller *testimonials*. Batta trår nemlig inn i en setting hvor han garanterer for Fremskrittspartiets politikk på feltet eiendomsskatt. Fremskrittspartiets intensjon kan imidlertid ikke ansees å være salg av et produkt (som i reklamens *testimonials*), men kanskje økt tilslutning og bevisstgjøring rundt partiets politikk. På grunnlag av dette kan det være rimelig å hevde at Fremskrittspartiets strategi tenderer mot reklame, eller i hvert fall benytter elementer av den. Det er derimot viktig å ha i bakhodet at Høyre og Fremskrittspartiet opererer i forskjellige sjangere i sin dekning av temaet eiendomsskatt. Mens Høyre har skrevet en tradisjonell artikkel om temaet, foretar Fremskrittspartiet et saksintervju. Den store kontrasten mellom disse sjangrene forklarer delvis hvorfor partiene fokuserer ulikt. Når dette er sagt hører det med til historien at de to ovennevnte analysene er Høyres og Fremskrittspartiets *eneste* saker på nett som går direkte på temaet *eiendomsskatt* forut for valget. Det er altså ikke slik at partiene har flerfoldige saker om det nevnte temaet, i en rekke ulike sjangere. Riktignok viser tabellene i oppgavens kvantitative del at begge partier har flere saker innenfor kategorien skatt/eiendomsskatt. De øvrige nettartiklene er imidlertid enten eksterne eller omhandler annen skattepolitikk. Til syvende og sist er det derfor snakk om en prioriteringssak når partiene velger sjanger, tolkningsrammer og virkemidler rundt sin ene artikkel om eiendomsskatt i den to uker lange perioden før valget. Også når det gjelder argumentasjonen i partienes respektive tekster, kan vi spore kontraster. Med henblikk på de to analysene ser det ut som at Fremskrittspartiet i større grad enn Høyre benytter seg av patosorientert argumentasjon. Det kan virke som om Høyre er mer indirekte og forsiktige med følelsesladde argumenter, ord og uttrykk enn Fremskrittspartiet. Høyre prøver å skape medlidenhet hos tilhørerne all den tid de peker på at

eiendomsskatten er usosial og rammer tilfeldig. Som vi har sett indikerer nettopp medlidenhet i den retoriske lære at noen viser sympati overfor noen som får en ufortjent behandling. Fremskrittspartiet er på sin side mer direkte i sin formidling av patos, all den tid de understreker at "Utvidelsen av kommunens mulighet til å kreve inn eiendomsskatt også utenfor bynære områder, setter sinnene i kok blant landets huseiere". Det er også kontraster mellom partienes øvrige argumentasjonsmønstre idet Fremskrittspartiet i større grad enn Høyre gjør bruk av såkalte *topoi*. Topoiet er blant annet basert på argumentasjon som sier at hvis den ene av to ensartede ting er umulig, er den andre det også.

6.4 Tema 2, Utdanning på Høyres nettsted

Artikkelens tittel: "Hvor er tiltakene?"

Høyres tolkningsrammer: Artikkelens kjerneramme er utdanning. I dette tilfellet etterlyser Høyre initiativ i skolepolitikken. Høyre peker også implisitt i teksten på at regjeringspartiene prioriterer feil i utdanningspolitikken. Vi skal se nærmere på dette i tekstanalysen over retoriske virkemidler som starter i avsnittet nedenfor. Når det gjelder artikkelen og Høyres neglisjering av perspektiv, merker vi oss at Høyre påberoper seg at de er mer ambisiøse enn regjeringen når det gjelder skolepolitikk. Blant annet fremhever partiet av mer matematikkundervisning, leksehjelp og sommerskole som ambisiøse tiltak. Høyre sier imidlertid ingenting om effektene av disse tiltakene. Når det gjelder spørsmålet om hvilke løsninger Høyre anviser i teksten, trekker partiet frem en rekke løsninger på hvordan Norge skal få en bedre utdanningspolitikk. Høyre nevner at det viktigste er å satse mer på flere skoletimer og mer penger til etter- og videreutdanning av lærere. I teksten formidler partiet det de mener blir konsekvensene dersom deres eget forslag ikke vinner frem. Høyre hevder at regjeringen ikke har vært villige til å godta Høyres 11 tiltak som de foreslo for å hindre at elever faller ut av skolen. Implisitt mener Høyre altså at elever kan falle ut av skolen med den nåværende skolepolitikken.

Tekstens kontekst: Høyres artikkel om utdanning etterlyser konkrete tiltak fra regjeringens side når det gjelder skolepolitikk. Bakgrunnen for artikkelen har sitt utspring fra et folkemøte i forkant av valget, hvor Øystein Djupedal snakker om flere skoletimer, mer penger til etterutdanning og behovet for å hindre at skoleelever faller ut av den videregående skolen. Høyre mener det er påfallende at Djupedal snakker om dette akkurat i valgkampen, ettersom

regjeringen tidligere har stemt ned lignende forslag fra Høyre i stortinget. Det er verdt å merke seg at Høyre i artikkelen gjør bruk av to intervjuobjekter. Både Høyres 2.nestleder Jan Tore Sanner og Unge Høyres leder Torbjørn Røe Isaksen uttaler seg om skolepolitikk i saken. Artikkelen hører hjemme under den retoriske sjangeren *genus deliberativum*, som er den politiske talens genre. I denne retoriske sjangeren nevnte vi i teoridelen at taleren eller forfatteren oppfordrer eller avråder en viss handling. I den aktuelle artikkelen oppfordrer Jan Tore Sanner regjeringen til handling.

Tekstens disposisjon: Teksten innleder med å referere til et folkemøte i Bodø hvor kunnskap i skolen var tema. Med folkemøtet som bakteppe kritiserer Jan Tore Sanner Øystein Djupedal og den rødgrønne regjeringens utdanningspolitikk. Mer spesifikt handler denne kritikken om at regjeringen i følge Høyre stemmer imot deres tiltak på stortinget, for deretter å være *for* noen av de samme tiltakene i valgkampen. Midtveis legges fokuset på folkemøtet i Bodø til side. Teksten omhandler nå hvordan Høyre selv prioriterte skole den gang de sist satt i regjering, før Høyre nok en gang er skeptiske til regjeringens prioriteringer i det de peker på at de rødgrønne prioriterer frukt og lek fremfor læring og kunnskap. Avslutningsvis legges det igjen vekt på folkemøtet i Bodø. Teksten endrer på dette stadiet karakter, all den tid fokuset rettes mot rektoren ved Ullern videregående skole som på et folkemøte forteller om en snuoperasjon ved den aktuelle skolen. Dersom vi ser nærmere på Høyres tekst, kan vi spore en struktur i deres artikkelen. Teksten innleder med å mistenkeliggjøre politiske motstandere, i dette tilfellet regjeringen. Midtveis argumenterer Høyre for egen politikk. ”Da Høyre satt i regjering innførte vi 12 ekstra skoletimer i grunnskolen”. Dernest argumenterer man mot regjeringen igjen ved å si ” Regjeringen prioriterer frukt og lek fremfor læring og kunnskap”. Avslutningsvis deler Høyre ut ros til rektoren ved Ullern videregående skole.

Grunnleggende midler for å overtale: Høyre konstruerer sin *etos* i teksten ved å hevde at de *selv* som parti har vært forut for sin tid når det gjelder korrekte politiske prioriteringer på feltet utdanning. Samtidig skyver Høyre deres politiske motstandere, i denne sammenheng regjeringen, over i et negativt lys. Teksten forteller oss at ettersom regjeringen tidligere har stemt ned Høyres utdanningspolitiske forslag på stortinget, blir det påfallende å snakke om å effektivere de samme forslagene i valgkampen. På denne måten minimaliserer Høyre regjeringens troverdighet på emnet utdanningspolitikk. I teksten kan vi også lese at intensjonen er å fremheve regjeringens mangelfulle pålitelighet: ”Da blir det ikke troverdig å gjøre seg høy og mørk i valgkampen”, står det i artikkelens tredje avsnitt. Det er også verdt å

merke seg at Høyre trekker inn en fremmed autoritet i saken. Denne autoriteten anvendes imidlertid ikke til å støtte opp om partiets politikk, slik vi har sett eksempler av tidligere i oppgava. Snarere tvert om er det her Høyre som statuerer et eksempel utenfra som viser hvordan god skolepolitikk skal utføres. Den omtalte autoriteten er rektor ved Ullern Videregående skole.

Høyre formidler sin logos i saken ved å henvise til *eksempler*. I teoridelen greide Øivind Andersen ut om at eksempler kan brukes som advarsler. I teksten advarer Jan Tore Sanner mot regjeringen ved bruk av eksempelet: ”Regjeringen har stemt ned våre forslag i stortinget om flere skoletimer og mer penger til etter- og videreutdanning av lærere og samtlige av de 11 tiltakene vi foreslo for å hindre at elever faller ut av skolen.”. Videre brukes det positive eksempelet for å vise til Høyres egen politikk. Det er verdt å merke seg at eksempelet også er historisk: ”Da Høyre satt i regjering innførte vi 12 ekstra skoletimer i grunnskolen. Det medførte at elevene nå går et halvt år mer på skolen i løpet av de ti første skoleårene”. Tall og statistikk er vanlig argumentasjon innenfor logos. I teksten er ikke dette argumentasjonsmønsteret særlig fremtredende. Teksten inneholder heller ikke mange patosargumenter. Vi merker oss imidlertid at Høyre i sakens siste avsnitt skriver følgende: ”Torbjørn Røe Isaksen roser rektor ved Ullern videregående skole, som under kveldens folkemøte fortalte hvordan han har snudd Ullern fra katastrofe til mønsterskole på få år”. Det er stor kontrast mellom katastrofe og mønsterskole. Omgrepet katastrofe, som appellerer til følelser, kan i denne settingen være med å billedliggjøre overfor publikum at det en gang stod fryktelig dårlig til med Ullern videregående skole. Dersom vi ser på sitatet som er gjengitt ovenfor, der Jan Tore Sanner gir uttrykk for at regjeringen har stemt ned samtlige av Høyres tiltak for å hindre at elever faller ut av skoler, kan også dette relateres til *patos*. Når Høyre sier at deres egne tiltak hindrer elever å falle ut av skolen, viser de for det første selvsikkerhet når det gjelder egen politikk. Derneft kan det være rimelig å hevde at ”å falle ut av skolen” har med *patos* å gjøre. For de som jobber målrettet med norsk utdanningspolitikk, vil noe av det verste være om elever faller ut av skolen før de har fullført den. Høyre spiller på dette i sin argumentasjon mot regjeringen.

Øvrige argumenter i teksten: Enkelte av Høyres argumenter står udokumentert. Det vil si at partiet ikke utdyper argumentene de kommer med ved hjelp av eksempler, tall eller kilder. Et eksempel på dette inntreffer i sakens fjerde avsnitt når Jan Tore Sanner på vegne av Høyre uttaler: ”Høyre har vært mer ambisiøse enn Regjeringen hele veien. Vi har foreslått mer matematikkundervisning, leksehjelp og sommerskole”. Slik argumentet er lagt opp

forutsettes det at publikum deler Sanner sitt syn på skolepolitikk for at Høyre skal få uttelling for sitt argument. Dersom publikum ikke syntes satsing på matematikk, leksehjelp og sommerskole er det viktigste i skolepolitikken, vil argumentet miste litt brodd. På den annen side kan det hende at intensjonen til Høyre simpelthen er å synliggjøre deres satsingsområder i skolepolitikken overfor publikum.

Selv om argumentene mot regjeringen i teksten er mange, benytter Høyre muligheten til også å kreditere politiske motstandere. Følgende kommentar gir partiet til regjeringen i en bisetning i teksten: ”Regjeringen har endelig fremmet fem ekstra skoletimer i grunnskolen”. Selv om regjeringen bare roses i en liten bisetning, er det viktig å påpeke at det hører med til sjeldenhetene at partiene snakker i positive ordlag om politiske motstandere. Når så Høyre tilkjennegir at regjeringen har gjort noe positivt, kan dette styrke deres troverdighet. For vi husker fra teoridelen at Kjeldsen påpeker at det er stor sannsynlighet for at en taler vil få styrket troverdighet hvis vedkommende argumenterer for noe annet enn det publikum forventer. ”La oss si at en politiker er kjent for å være mangeårig representant for parti A, men likevel velger å anbefale en representant for parti B. Da vil vi normalt tilskrive ham troverdighet. (Kjeldsen 2006:129). Det er viktig å erkjenne at Sanner ikke anbefaler noen representant for parti B i eksempelet ovenfor, men at Sanner i en bisetning holder tommelen opp for et aspekt ved deres politiske prioriteringer på feltet utdanning. Avslutningsvis i artikkelen uttaler Unge Høyres leder Torbjørn Røe Isaksen:” Vi trenger kunnskap om skolen for å få kunnskap i skolen”. Det er verdt å merke seg at Røe Isaksens sitat tenderer til tautologi. I teoridelen henviste vi til Heradstveit og Bjørge, samt Fredriksson som sier at en tautologi er et utsagn som alltid er sant, og som en ikke kan si seg uenig i. Røe Isaksen sitt sitat er det vanskelig å si seg uenig i. For å kunne tilføre kunnskap i en institusjon må en som oftest ha kunnskap om den samme institusjonen. I vår henvisning til Fredriksson gir han uttrykk for at tautologier er vanlige når politiske skribenter skal formidle fremgang og likheter ved ett tema. I det ovennevnte sitatet må en ha kunnskap om skolen for å få fremgang, og dermed kunnskap i skolen.

Stil og språklige virkemidler: Det er rimelig å hevde at artikkelen befinner seg på nivået til mellomstilen, ettersom nyheter som sjanger hører hjemme på dette stilnivået. I Høyres artikkel er det verdt å merke seg følgende metaforer. ”Behovet for å hindre at skoleelever faller ut av den videregående skolen” og ”Da blir det ikke troverdig å gjøre seg høy og mørk i valgkampen”. Den første setningen har en metafor som sier at skoleelever faller ut av skolen. Denne metaforen kan visualisere overfor publikum at elever ”faller” ut av skolen. Høyre

kunne like godt skrevet at skoleelevene ikke fullfører videregående, men siden omgrepet falle er et mer billedlig verb i tillegg til at det høres mer dramatisk ut enn å slutte på skolen, kan det hende Høyre bruker metaforen for å dramatisere tilstanden ved videregående skoler. Den andre setningen byr på følgende metafor: ”Da blir det ikke troverdig å gjøre seg høy og mørk i valgkampen”. I denne metaforen dras et menneskelig utseende inn i en ny setting for å skape et bilde av at regjeringen ikke har særlig troverdighet på nåværende tidspunkt. Videre skal vi stoppe opp og se nærmere på at Høyre skriver: ”Regjeringen prioriterer frukt og lek fremfor læring og kunnskap”. I denne setningen benytter Høyre seg av språklige omskrivninger (perifraser) for å vise at regjeringen gjør feil valg i skolepolitikken. Når Høyre anklager regjeringen for å prioriterer frukt og lek, kunne de likeså godt ha skrevet skolemat eller gratis skolemåltid og sosialisering i stedet for henholdsvis frukt og lek. Med læring og kunnskap sikter Høyre trolig til innholdet i skolen.

Formulering av analysen: Høyres artikkel om utdanning etterlyser tiltak fra den sittende regjeringen. Høyre kommer i teksten selv med eksempler på hvordan undervisningen i norsk skole kan bli bedre, mens de argumenterer mot regjeringen ved å bruke det retoriske eksempelet som advarsler. Partiet peker i teksten på at de har vært mer ambisiøse enn regjeringen hele veien, og at regjeringen prioriterer frukt og lek fremfor læring og kunnskap. Selv om den retoriske analysen har kartlagt at Høyres artikkel inneholder spor av patos, er de følelsesmessige argumentene og ordene vanskelig å få øye på. Høyre er ikke ensidig i sin kritikk mot politiske motstandere i artikkelen. De benytter sjansen til å kreditere regjeringen for at de har fremmet fem ekstra skoletimer i grunnskolen. I tillegg trekker Høyre inn rektoren ved Ullern videregående som et eksempel på en som praktiserer korrekt skolepolitikk avslutningsvis i teksten. I artikkelen er metaforen og perfrasen de viktigste språklige virkemidlene.

6.5 Tema 2, Utdanning på Fremskrittspartiets nettsted

Artikkelens tittel: ”Krever krafttak for skolen”

Fremskrittspartiets tolkningsrammer: Artikkelens kjerneramme er utdanning. Et viktig aspekt i teksten er Fremskrittspartiet misnøye med den mangelfulle satsingen på skolebygg, gratis skolemåltid og datautstyr. Ettersom dette er en artikkel om det politiske temaet utdanning kunne Fremskrittspartiet også ha valgt å sette fokus på kunnskap i skolen og

lærerkompetanse. Fremskrittspartiet neglisjerer derimot disse perspektivene. Dette kan imidlertid forklares ut fra det Fremskrittspartiet sier om at elevene lærer bedre om omgivelsene er i orden. Partiet anviser løsninger relatert til hvordan skolen skal bli bedre i teksten. Det fremgår at det er viktig for Fremskrittspartiet å få innført et skikkelig skolemåltid. Dernest kan vi lese at partiet ønsker å satse på at skolene får de midlene de trenger til å kjøpe inn og eventuelt fornye datautstyret. Det hører med til historien at partiet ikke har valgt å trekke frem perspektivet som sier noe om hvor store kostnadene rundt skolemåltid og datautstyr blir. Partiet trekker frem hva som blir konsekvensene av å utelate å satse på skolebygg. Fremskrittspartiet trekker i teksten frem at dagens skolebygg i mange tilfeller er skadelig for barna.

Tekstens kontekst: Fremskrittspartiets sak om utdanning har to intervjuobjekter. Hovedintervjuobjektet er formann i Fremskrittspartiet, Siv Jensen. Sakens andre intervjuobjekt er Fremskrittspartiets skolepolitiske talsmann, Anders Anundsen. Teksten er skrevet av Trond Rasmussen som er journalist i Fremskrittspartiet. Bakgrunnen for artikkelen er at Fremskrittspartiet er misfornøyd med forholdene i skolen. Nærmere bestemt gjelder misnøyen dårlige skolebygg, at det ikke forslaget om et gratis skolemåltid har blitt satt ut i livet og at læringsmateriellet ved skolene ikke er av nyeste dato. Artikkelen hører hjemme under den retoriske sjangeren genus deliberativum, som er den politiske talens genre. I denne retoriske sjangeren pekte vi i teoridelen på at taleren eller forfatteren oppfordrer eller avråder en viss handling. I den aktuelle artikkelen oppfordrer Siv Jensen til handling når det gjelder skolebygg, gratis skolemåltid og læringsmaterieill i skolen.

Tekstens disposisjon: Inngressen går rett på sak og forteller oss hva saken gjelder. Teksten handler deretter om renovering av skolebygg helt til sakens nest siste avsnitt. Her skifter teksten fokus og omhandler nå spørsmålet om å innføre et gratis skolemåltid til elevene i grunnskolen. I teksten siste avsnittet går Fremskrittspartiet over til å skrive om at det digitale læringsmateriellet ved skolene må utbedres. Teksten avsluttes med en appell, der Siv Jensen spør hvorfor ikke regjeringen allerede har prioritert utbedringer på skolebygg, innført gratis skolemåltid og prioritert nytt IT-utstyr til skoler: "Det kan da umulig være mangel på penger som er problemet. Sist jeg sjekket hadde Norge om lag 2000 milliarder på bok". Et annet trekk ved tekstens disposisjon er at i første avsnitt av artikkelen argumenterer partiet i mot regjeringen. Fremskrittspartiet innleder med å presentere et problem (skolebygg). Under mellomtittelen "Nye skoler" argumenterer partiet for hva de kan tenke seg å gjøre med

problemet. Under de to siste mellomtitlene dukker to nye problemer opp (gratis skolemåltid og læringsmateriell. I begge avsnittene kommer Fremskrittspartiene med sine løsninger, før altså artikkelen rundes av med den nevnte appellen til Siv Jensen.

Grunnleggende midler for å overtale: Fremskrittspartiet bygger sin etos på forskjellige faktorer i teksten. Det er naturlig å se på troverdigheten til Fremskrittspartiets kilder i artikkelen. Grunnen til dette er at kildenes troverdighet påvirker publikums oppfattelse av tekstens budskap. Dersom vi tenker oss at primærmottakergruppa til Fremskrittspartiets nettartikler er de nærmeste kretsene rundt partiet, vil denne delen av publikum trolig ha stor tiltro til partiets egne politikere ettersom disse er godt kjent innenfor egne rekker. I teksten er Siv Jensen hovedkilden til informasjon. Jensen er formann i partiet og har en sterk posisjon som partileder i et av Norges største politiske partier. Det er videre rimelig å tro at også sakens andre intervjuobjekt har stor troverdighet i saken. Anders Anundsen er skolepolitisk talsmann i Fremskrittspartiet og har derfor trolig god kompetanse på spørsmål som angår skole og utdanning. Dersom vi ser nærmere på teksten kan det virke som at Fremskrittspartiet søker å fremstille seg selv som et ansvarlig politisk parti i artikkelen. I ingressen og i sakens første avsnitt går de hardt ut mot forholdene ved norske skolebygg. Under mellomtittelen nye skoler kan vi imidlertid lese: ”Nå varsler hun at landets ledende opposisjonsparti er klar for en historisk satsning på skolen”. Når Fremskrittspartiet først presenterer leserne for det de mener er falleferdige forhold ved skoler, og deretter følger opp med å utnevne seg selv som partiet som skal ta tak når det gjelder de nevnte forhold, vil dette kunne styrke deres etos. Årsaken til dette, er at etter å ha presentert problemstillinger knyttet til skolebygg, *beroliger* Fremskrittspartiet publikum ved å si at de selv skal foreta en historisk satsing på skolen. I teoridelen henviste vi til Karlberg og Mral som peker på at en aktør kan styrke sin etos dersom avsenderen beroliger sitt publikum.

Vi merker oss at Fremskrittspartiet trekker inn en ekstern kilde i artikkelen. Dette inntreffer idet partiet henviser til barneombudet. ”Barneombudet avdekket i forrige uke alvorlige mangler med kontrollen av elevens arbeidsmiljø”. Det er ikke ubetydelig at Fremskrittspartiet trekker inn barneombudet i teksten. Barneombudet er en kilde som det er har relativt stor kompetanse på spørsmål som gjelder barn og unge, og har sågar relativt stor troverdighet på feltet. I teoridelen viste vi til Kjeldsen som mener at jo mer troverdige kilder du bruker, desto mer sannsynlig er det at du blir oppfattet som troverdig. Fremskrittspartiet formidler sin logos i teksten ved hjelp av blant annet det retoriske, historiske eksempelet. ”Regjeringspartiene lovte i valgkampen i 2005 gratis måltid til elevene i grunnskolen”.

Fremskrittspartiet henviser også til undersøkelser i sin argumentasjon for gratis skolemåltid til elevene i grunnskolen. Under mellomtittelen skolemåltid kommer dette frem. ”Flere undersøkelser viser at prestasjons- og konsentrasjonsevnen til elevene øker betydelig hvis de får i seg et næringsrikt måltid i løpet av skoledagen”. Fremskrittspartiet oppgir derimot ikke hvilke undersøkelser de sikter til i sin argumentasjon. Det retoriske, historiske eksempelet og øvrige henvisninger er logosargumenter som ofte vil styrke avsenderens troverdighet. Ettersom det er uklart hvilke undersøkelser Fremskrittspartiet viser til, *kan* dette redusere partiets troverdighet i denne saken.

I artikkelen kan vi også se at Fremskrittspartiet spiller på patos all den tid de presenterer følelsesladde argumenter og ord. Legg merke til sitatets siste setning. ”Skolen er den klart viktigste læringsarenaen for landets barn og ungdom, og så greier ikke regjeringen engang å gi dem forsvarlige arbeidsforhold. Det er en skam, tordner FrP -formannen.”. Videre kan følgende sitat av Jensen relateres til patos: ”Jeg tror foreldre har vanskelig for å skjønne at arbeidsplassen til de viktigste menneskene i livet deres ikke holder mål, og i mange tilfeller er direkte skadelig for barna. Jeg forstår dem veldig godt, sier Jensen”. I dette sitatet spiller Jensen på følelser fordi hun trekker frem at arbeidsplassen til barn kan være skadelig, og at det kan være vanskelig for foreldrene som er glad i sine barn å skjønne dette. I teoridelen refererte vi til Karlberg og Mral som trekker frem at de politiske partiene gjerne maler bilder av det vi frykter i samfunnet. I Fremskrittspartiets sak om utdanning maler partiet et bilde av det foreldre frykter i samfunnet, at deres barn kan bli skadet.

Øvrige argumenter i teksten: I tekstens ingress registrerer vi følgende sitat av Siv Jensen: ”Verdens rikeste land burde ha verdens beste skoler, sier hun”. Jensens argumentasjon har en tilnærming til det vi i tidligere i analysen har kartlagt som topoi. Mer spesifikt kan det ovennevnte sitatet plasseres innenfor det argumentasjonsmønsteret Øivind Andersen kaller mulig/ikke mulig. Hvis det er mulig å være verdens rikeste land, bør det også være mulig å ha verdens beste skoler. I avslutningsreplikken i artikkelen kan vi spore et lignende topoi fra Siv Jensen. Bakgrunnen for sitatet er at Fremskrittspartiet mener at regjeringen ikke har noen grunn til å utelate å fornye det digitale læringsmateriellet ved norske skoler. ”Det kan da umulig være mangel på penger som er problemet. Sist jeg sjekket hadde Norge om lag 2000 milliarder på bok”. Vi kan spore noe av det samme argumentasjonsmønsteret som i eksempelet ovenfor i dette tilfellet også. Hvis det er mulig for Norge å opparbeide seg om lag 2000 milliarder på bok, er det også mulig å fornye læringsmateriellet ved norske skoler. Jensens argumentasjon har også en tilnærming til Andersens topoi som går som følger: Hvis

den vanskeligste av to ting er mulig, er den letteste det også. Mye kan tyde på at det er vanskeligere å skaffe seg 2000 milliarder på bok enn å gå til innkjøp av nytt IT-utstyr.

Stil og språklige virkemidler: Som de fleste andre tekster innenfor partienes egne publikasjoner, befinner artikkelen seg på mellomstilen, ettersom nyheter som sjanger hører hjemme på dette stilnivået. I sakens overskrift er det en allitterasjon ("Krever krafttak for skolen"). Som vi pekte på i teoridelen oppstår en allitterasjon idet to eller flere ord i en setning begynner på samme konsonant. En allitterasjon i en overskrift kan ha den effekt på publikum at setningen blir lettere å huske ettersom det eksisterer et rim mellom to eller flere forbokstaver. Metaforen gjør seg også gjeldende i artikkelen. I ingressen kan vi lese at "Siv Jensen har sett seg grundig lei på at norske skoler går for lut og kaldt vann". I denne setningen skaper Fremskrittspartiet et bilde av at det er dårlig stelt med den norske skolen. Uttrykket å gå for lut og kaldt vann, konnoterer noe dårlig, foreldet og en utdatert måte å vaske klær på.

Under mellomtittelen nye skoler finner vi et sitat av Siv Jensen: "Fremskrittspartiet kommer til å gå inn for at de skolene som trenger det ikke bare får seg en kosmetisk ansiktsløfting, men en totalrenovering fra topp til tå". I det nevnte sitatet tillegger Fremskrittspartiet skolene menneskelige egenskaper. I følge Siv Jensen skal skolene få seg både en kosmetisk ansiktsløfting og en totalrenovering fra topp til tå. Denne type utgreiing er forenlig med det som i medievitenskapen kalles personifiserte metaforer. I teoridelen henviste vi til Lakoff og Johnson som trekker frem at personifiserte metaforer nettopp betyr at vi tilskriver ting som ikke er menneskelige – teorier, sykdommer, inflasjon osv. – menneskelige egenskaper.

Under mellomtittelen skolemåltid noterer vi oss følgende sitat av Siv Jensen: "Sannheten er at halvparten av elevene ikke har fått så mye som en tørr gulrot engang.". Bakgrunnen for utsagnet er at regjeringspartiene i valgkampen 2005 lovte gratis måltid til elevene i grunnskolen. Når Fremskrittspartiet skriver at halvparten av elevene ikke har fått så mye som en tørr gulrot engang, kan det være et bevisst trekk fra partiet for å billedliggjøre at den nåværende ordningen rundt skolemat er dårlig. En tørr gulrot høres relativt stusselig ut og kan tenkes å være en underdrivelse fra Fremskrittspartiet. I teoridelen viste vi til Kjeldsen som sier at tropen litotes betyr underdrivelse, og at vi underdriver for å fremheve. I det ovennevnte sitatet kan intensjonen til Fremskrittspartiet være å underdrive for å fremheve at skoleeleven ikke en gang har fått så lite som en tørr gulrot.

Formulering av analysen: Fremskrittspartiets artikkel om utdanning fokuserer primært på de materielle aspektene ved skolene i Norge. Skolebygg, skolemåltid og topp moderne IT-utstyr står i sentrum for partiets prioriteringer. Fremskrittspartiet lanserer i første rekke forfallne skolebygg som et problem her til lands. Dernest presenterer partiet hva de ønsker å gjøre med problemene. På grunnlag av dette fremstår Fremskrittspartiet som et ansvarlig parti som skal ta tak i de nevnte problemene. Partiet benytter seg av patos i sin kamp for å overtale publikum. Dels skjer dette ved at Fremskrittspartiet bruker følelsesmessige sterke ord og uttrykk, og dels ved argumentasjon. Den videre argumentasjonen hos partiet er preget av topoiet mulig/ikke mulig. I praksis har vi sett at dette innebærer at Fremskrittspartiet benytter seg av argumentasjonsmønstre som tilsier at hvis det ene av to ensartede ting er mulig er det andre det også, og dersom den tilsynelatende vanskeligste av to ting er mulig er den letteste det også. I artikkelen bruker partiet en rekke forskjellige språklige virkemidler. Blant annet allitterasjon, metaforer og underdrivelse.

6.6 Sammenfattende analyse, Utdanning

Dersom vi sammenligner partienes tolkningsrammer ser vi for det første at partiene er opptatt av forskjellige aspekter ved skolen. Høyre er primært opptatt av innholdet i skolen, det vil si spørsmål knyttet til kunnskap, læring, motiverte lærere og elever. Fremskrittspartiet er på sin side mer opptatt av det materielle aspektet ved norske skoler, det vil si spørsmål knyttet til skolebygg, skolemat og digitalt læringsmateriell. Når Høyre og Fremskrittspartiet fokuserer på forskjellige sider ved skolepolitikken i de ovennevnte artiklene i forkant av kommunevalget 2007, er det ikke slik at partiene egenhendig har forfattet et arsenal av saker om utdanning i den nevnte perioden. Tabell 2 og 3 i oppgava viser oss riktig nok at 10 prosent av Høyres saker på nett omhandler utdanning, og at 5, 4 prosent av Fremskrittspartiets saker omhandler samme tema. Dette tilsier at Høyre har tre saker om utdanning på sitt nettsted i forkant av valget og Fremskrittspartiet to saker. Den første av Høyres to øvrige saker på nett forut for valget omhandler nettopp kunnskap i skolen, samt kritikk mot regjeringens fokus på frukt og grønt. Den andre saken handler om privatisering av skoler. Fremskrittspartiets andre sak om utdanning handler om at FrP- styrte Tønsberg har den beste og billigste skolefritidsordningen i Norge. Poenget med resonnementet ovenfor er å klargjøre at sakene vi har analysert av Høyre og Fremskrittspartiet gir et relativt representativt bilde av hvilke perspektiver partiene legger vekt på i sin egne formidling av skolepolitikk fjorten dager før valget i 2007.

Det er videre en del likheter mellom partienes tolkningsrammer ettersom både Høyre og Fremskrittspartiet i sine respektive saker først presenterer politiske problemer og deretter kritikk mot den politikken regjeringen fører på områdene. Dernest kommer de opp med løsninger på problemene de allerede har skissert, og fremstår sågar som ansvarlige partier. Partiene peker i teksten på hvilke konsekvenser regjeringens nåværende politikk vil få for skolen på sikt. Begge partiene er i opposisjon og er misfornøyd med den politikken som nå føres. Mens Høyre mener konsekvensene av regjeringens skolepolitikk kan bli at elever faller ut av skolen, mener Fremskrittspartiet at dagens skolebygg kan forårsake skader på barn. Det er verdt å merke seg at begge partiene skisserer dramatiske konsekvenser. En kontrast mellom partienes tolkningsrammer som er verdt å merke seg, er at Høyre hoverer over regjeringens prioriteringer av gratis skolemåltid i grunnskolen. De mener at gratis skolemåltid er en feilprioritering og at fokuset i skolepolitikken bør ligge på kunnskap og læring. Fremskrittspartiet er enige med regjeringen at gratis skolemåltid i grunnskolen er en god sak. De er imidlertid kritiske til at regjeringen ikke har fått effektivt tiltaket fullt ut.

Ser vi på partienes bruk av retoriske virkemidler, merker vi oss at begge partiene konstruerer sin etos ved hjelp av at de anbefaler egen politikk og advarer mot regjeringens politikk. Begge partiene baserer sin logos på eksempler. Når det gjelder partienes anvendelse av patos kan det virke som at Fremskrittspartiet er mer direkte enn Høyre i sine utsagn. Hos Høyre er de følelsesmessige ord og argumentene mer gjemt i teksten. Høyre snakker om at elever kan falle ut av skolen og siterer videre rektoren ved Ullern videregående skole på at han har snudd skolen fra katastrofe til mønsterskole på noen få år. Fremskrittspartiet er på sin side mer direkte i sin formidling: I følge artikkelen *tordner* Siv Jensen at det er en *skam* at regjeringen ikke klarer å gi barn og ungdom forsvarlige arbeidsforhold. Fremskrittspartiet spiller videre på patos idet de minner foreldre om at de samme arbeidsforholdene kan være direkte skadelig for deres barn. I den øvrige argumentasjonen hos partiene kan vi også spore kontraster. Enkelte av Høyres argumenter blir ikke utdypet nærmere enn at partiet selvsikkert uttaler at partiet har løsningen på hva som er riktig i utdanningspolitikken. ”Det viktigste nå er å satse mer på lærerne. Det hjelper ikke med flere timer hvis vi ikke får flere og bedre kvalifiserte lærere”. Som vi har påpekt tidligere i analysen formulerer Fremskrittspartiet sine argumenter annerledes, blant annet ved hjelp av topoi. Bruk av topoi kan ha effekt på publikums forståelse av argumentene som tas opp. Når Fremskrittspartiet presenterer et argument som ”Verdens rikeste land bør ha verdens rikeste skoler”, synliggjør partiet overfor publikum at det er mulig å gjøre noe bedre i skolepolitikken. Når Fremskrittspartiet sier at: ”Det kan da umulig være mangel på penger som er problemet. Sist jeg sjekket hadde Norge

om lag 2000 milliarder på bok”, viser partiet at regjeringen har alle muligheter til å løse problemene skolene står overfor, de økonomiske midlene er tilstedeværende. Bruk av topoi kan også forenkle forståelsen for publikum. Grunnen til dette er at topoi ofte inneholder en logisk slutning. Grunnen til at Norge eksempelvis bør ha verdens beste skoler er fordi landet er verdens rikeste. Dersom vi ser på partienes bruk av språklige virkemidler ser vi at begge partiene gjør bruk av metaforer i sin formidling. Fremskrittspartiet benytter seg i tillegg av den personifiserte metafor. Høyre bruker perifraser for å illustrere at regjeringen prioriterer spørsmålet om gratis skolemåltid fremfor kunnskap i skolen. Fremskrittspartiet nytter et større spekter av språklige virkemidler enn Høyre. Fremskrittspartiet gjør blant annet bruk av allitterasjon i overskriften og bruker underdrivelse som virkemiddel i teksten.

6.7 Tema 3, Helse/eldreomsorg på Høyres nettsted

Artikkelens tittel: ”Kamp for en bedre omsorg”

Høyres tolkningsrammer: Artikkelens kjerneramme er helse og konkurranseutsetting. I dette tilfellet mener Høyre konkurranse om hvem som kan gi den beste omsorgen er sunt, samt at det viktigste i eldreomsorgen er at de eldre er fornøyd, ikke metoden man bruker for å oppnå det. Når det gjelder spørsmålet om hvilke perspektiver Høyre neglisjerer i sin nettartikkel om temaet helse/eldreomsorg, legger vi merke til at partiet primært setter fokus på at pasientene skal ha gode vilkår i eldreomsorgen. Teksten sier imidlertid ikke særlig mye om hvilken innvirkning konkurranseutsetting vil ha på de ansatte i eldreomsorgen. Blir det færre eller flere hender i eldreomsorgen når den konkurranseutsettes? I artikkelen viser ikke Høyre til konkrete løsninger når det gjelder eldreomsorg. Løsningen er underordnet de eldres behov. Som partiet selv sier det: ”Det viktigste er at de eldre er fornøyd, ikke metoden man bruker for å oppnå det”. Høyre trekker frem hvilke konsekvenser som kan komme til å gjøre seg gjeldende dersom deres politikk ikke blir effektivt. I teksten fremgår det at statsministeren ikke ønsker at firmaer som Norlandia omsorg og Adecco Helse skal bidra med sine omsorgstjenester.

Tekstens kontekst: Høyres sak om det politiske temaet helse/eldreomsorg har ingen intervjuobjekter. Over overskriften i saken ser vi at Høyre klassifiserer saken i sjangeren artikkel ved at ordet ”Artikkel” står skrevet rett ovenfor overskriften. Bakgrunnen for artikkelen er at Høyre ønsker en kamp for en bedre omsorg, og at det viktigste kriteriet for å

oppfylle dette er at de eldre er fornøyd, ikke metoden man bruker for å oppnå en god eldreomsorg. Artikkelen setter videre fokus på at private sykehjem har høy kvalitet. Dette har blitt kartlagt gjennom undersøkelser, der man har spurt eldre og pårørende selv. I teksten smetter Høyre også inn et slagord om at ”konkurranse er sunt”. Det er rimelig å hevde at artikkelen passer under den retoriske sjangeren genus deliberativum. Dette er den politiske talens genre. I denne retoriske sjangeren pekte vi i teoridelen på at taleren eller forfatteren oppfordrer eller avråder en viss handling.

Tekstens disposisjon: Teksten innleder med å fortelle at Høyre er positive til alle tiltak som kan gi bedre kvalitet i omsorgen. I neste avsnittet pekes det imidlertid på at Arbeiderpartiet er av en annen oppfatning når det gjelder eldreomsorg. Arbeiderpartiets politikk på feltet eldreomsorg beskrives som trangsynt ettersom Jens Stoltenberg ønsker frivillige organisasjoner som Frelsesarmeen og Kirkens Bymisjon velkommen, mens Norlandia omsorg og andre som spesialiserer seg på omsorgstjenester ikke er velkomne til å bidra. Under mellomtittelen ”Gode erfaringer i Oslo” trekker Høyre frem at Oslo har gode erfaringer med å konkurranseutsette sykehjem. Avslutningsvis retter Høyre fokus mot at private sykehjem har høy kvalitet, før artikkelen rundes av med et resonnement som sier at det er bra at det er kamp om hvem som kan gi den beste omsorgen. Som Høyre selv sier det: ”Ingen fortjener det bedre enn eldre mennesker som har stått på for seg selv og fellesskapet gjennom et langt liv”. Vi kan spore et visst mønster i Høyres disposisjon av artikkelen. Innledningen brukes til å presentere hvilken politikk Høyre prefererer på feltet eldreomsorg. Dernest advarer partiet mot Arbeiderpartiets politikk på samme område. Resten av artikkelen viser ved hjelp av tall og statistikk at man har gode erfaringer med å konkurranseutsette sykehjem, samt at private sykehjem har høy kvalitet.

Grunnleggende midler for å overtale: Høyre formidler sin etos i artikkelen blant annet ved å si at det viktigste i eldreomsorgen er å gjøre de eldre fornøyd, og ikke hvilke metode man bruker for å oppnå dette. På denne måten tilslører Høyre innledningsvis konkurranseutsettingen og privatiseringens innflytelse på eldreomsorgen. Ved at Høyre i starten av teksten viser medlidenhet overfor eldre og har fokus på pasientenes beste, kan de styrke sin troverdighet. Vi hopper til sakens siste avsnitt og registrerer at Høyre gjengir et sitat fra en hjelpepleier fra Lambertseter alders- og sykehjem. Legg merke til at sitatet er i tråd med Høyres foretrukne fremgangsmåter på feltet eldreomsorg, all den tid sitatets innehaver tilkjennegir at konkurranseutsetting av sykehjem er bra. Sitatet går som følger:

”Når det er konkurranse yter du litt ekstra”. Ved å henvise til at en hjelpepleier ved Lambertseter alders- og sykehjem støtter opp om Høyres politikk, kan også Høyre som parti styrke sin troverdighet. Partiet trekker en fremmed autoritet inn i saken som til daglig jobber med eldre og sågar bør ha kunnskaper om emnet. Høyre bygger sin logos i saken på henvisning til tall, statistikk og undersøkelser. Under mellomtittelen ”Gode erfaringer i Oslo” kan vi lese: ”I Oslo har man etter hvert fått en del erfaring med å konkurranseutsette sykehjem. Det er 54 sykehjem i Oslo, hvorav 33 er drevet i kommunal regi, 12 av ideelle organisasjoner uten konkurranse og 9 er konkurranseutsatt.”. Under mellomtittelen ”Private sykehjem har høy kvalitet” står følgende å lese: ”Bruker- og pårørendeundersøkelsen for sykehjem i Oslo i 2006 viser at de private sykehjemmene gjør det bedre på alle parametrene som det er spurt om. Tre av de private anbudsutsatte sykehjemmene rangeres blant de ti beste i byen, en av de eldre og pårørende selv”. Høyres bruker statistikk og undersøkelser for å synliggjøre at de har tallene på sin side når det gjelder spørsmålet om konkurranseutsetting og private sykehjem. Det er få spor av at Høyre bruker patos direkte i teksten. I den grad vi kan snakke om patos i artikkelen, dreier det seg om at partiet viser medlidenhet overfor eldre pasienter. Et eksempel på dette får vi i artikkelens siste setning: ”Ingen fortjener det bedre enn eldre mennesker som har stått på for seg selv og fellesskapet gjennom et langt liv”.

Øvrige argumenter i teksten: I artikkelen beskyldes Arbeiderpartiet for å være trangsynte. Ettersom frivillige organisasjoner som Frelsesarmeen og Kirkens Bymisjon ønskes velkommen med sine omsorgstjenester, mener Høyre det er en selvfølge at Arbeiderpartiet også bør ønske Nordlandia omsorg og Adecco helse velkommen til å bidra. I dette argumentet kan det virke som at Høyre prøver å fremstille den logiske bristen i at Arbeiderpartiet holder døra åpen for frivillige organisasjoner, men stenger døra for de to øvrige. I artikkelen tilsløres naturligvis grunnene til at Arbeiderpartiet ikke vil ha Nordlandia omsorg og Adecco Helse i omsorgen. Når Arbeiderpartiets motiv blir eliminert fra konteksten, kan dette gi et bilde av at Arbeiderpartiet ikke har noen motiver for å neglisjere Nordlandia omsorg og Adecco Helse sine omsorgstjenester. Dette kan igjen svekke Arbeiderpartiets troverdighet.

Stil og språklige virkemidler: Teksten hører hjemme på mellomstilnivå. Som vi har pekt på tidligere er nyheter som sjanger å finne på dette nivået. Høyre gjør bruk av metaforer i sin tekst. Dette ser vi allerede i overskriften hvor partiet skriver: ”Kamp for en bedre omsorg”. Begrepet kamp er her hentet inn fra en idrettslig eller militær setting og ført over til

omsorgspolitikken. Når Høyre skriver kamp kan de forsterke publikums oppfatning om at Høyre mener alvor i sin politikk rundt eldreomsorg, all den tid kamp konnoterer noe alvorlig. I første avsnitt etter ingressen ser vi at Høyre skriver følgende om Jens Stoltenberg: ”Det er ikke private firmaer som sådan han vil til livs”. Her ser vi at Høyre trekker inn en metafor (private firmaer til livs) idet de skal formidle at Jens Stoltenberg ikke vil eliminere alle private firmaer, for han ønsker tross alt tjenestene til Kirkens Bymisjon og Frelsesarmeen. Tidligere i analysen har vi pekt på at Høyre benytter seg av et sitat av en ekstern autoritet i saken. Nærmere bestemt gjelder dette en hjelpepleier ved Lambertseter alders- og sykehjem som bygger opp om Høyres politikk på det politiske feltet eldreomsorg. Som det ble påpekt i teoridelen er det å bruke ett sitat fra en ekstern aktør også en trope.

Formulering av analysen: Høyres artikkel om eldreomsorg fokuserer innledningsvis på at metoden man bruker i eldreomsorgen er underordnet ønsket om å gjøre de eldre fornøyde. Deretter advarer teksten mot Arbeiderpartiets politikk på området. Det hevdes at Arbeiderpartiet er inkonsekvente i sine valg av firmaer i eldreomsorgen. Midtveis i teksten bruker Høyre en rekke logosargumenter for å overtale publikum om at privatisering og konkurranseutsetting av sykehjem gir gode resultater. Dette bevises i form av tall som fremgår på grunnlag av undersøkelser. Ett av Høyres sterkeste midler til å overtale publikum må sies å være at de trekker inn ett sitat av en hjelpepleier ved Lambertseter alders- og sykehjem som sier at ”når det er konkurranse yter du litt ekstra”. Bruk av det nevnte sitat kan styrke artikkelens troverdighet all den tid hjelpepleieren bygger opp under Høyres prefererte metode i eldreomsorgen.

6.8 Tema 3, Helse/eldreomsorg på Fremskrittspartiets nettsted

Artikkelens tittel: ”Massiv FrP- støtte til private sykehjem”

Fremskrittspartiets tolkningsrammer: Artikkelens kjerneramme er helse og konkurranseutsetting. I dette tilfellet mener Carl I Hagen det er gledelig at såpass mange som 73 prosent av FrPs ordfører kandidater vil åpne for at private kan drive sykehjem i sine kommuner. Når det gjelder spørsmålet om hvilke perspektiver Fremskrittspartiet neglisjerer i teksten, er det verdt å merke seg at partiet hevder at brukerundersøkelser fra Oslo kommune viser at det er de private og ideelle sykehjemmene som scorer høyest på bruker- og pårørendeundersøkelser. I mange tilfeller vil det være naturlig at en avsender greier ut om

eksakte tall når en henviser til undersøkelser. I en sånn setting kan tallene fungere som konkrete bevismidler, og det er ikke uten grunn at man ofte henviser til tall med en benevnelse som tallenes klare tale. I det ovennevnte tilfellet nøyer imidlertid Fremskrittspartiet seg med å si at de private og ideelle sykehjemmene scorer høyest på brukerundersøkelser. Selve tallene for undersøkelsen neglisjeres. Fremskrittspartiet anviser løsninger i teksten. Partiet peker på at de egentlig ikke ønsker konkurranseutsetting av sykehjem, men at eldreomsorgen skal finansieres av staten gjennom stykkpris. Det betyr at hvem som helst kan drive sykehjem, etter godkjenning. På denne måten går ikke pengene innom kommunene, men rett fra staten til sykehjemmet som tar i mot den pleietrengende. Fremskrittspartiet mener konsekvensene av at deres egne politikk ikke fører frem blir nettopp konkurranseutsetting av eldreomsorgen. Fremskrittspartiet skriver følgende i artikkelen: ”Men så lenge det ikke er flertall på Stortinget for FrPs modell for finansieringen av sykehjem, vil konkurranseutsetting være en naturlig del av hverdagen i kommuner hvor vi sitter i posisjon”.

Tekstens kontekst: Fremskrittspartiets sak om det politiske temaet helse/eldreomsorg kan vi kategorisere under den retoriske sjangeren genus deliberativum. Dette er den politiske talens genre. I denne retoriske sjangeren snakket vi i teoridelen om at taleren eller forfatteren oppfordrer eller avråder en viss handling. I den aktuelle artikkelen støtter sakens intervjuobjekt Carl I Hagen opp om brorparten av FrPs ordførerkandidater som vil åpne for at private kan drive sykehjem i sine kommuner. Fremskrittspartiets sak om helse/eldreomsorg er en tradisjonell nyhetsartikkel. Saken tenderer også mot sjangeren saksintervjuet, ettersom Carl I Hagen gir kommentarer til undersøkelsen som omhandler private sykehjem og til partiets politikk generelt. Saken er imidlertid ikke preget i særlig stor grad av at forfatteren utspør intervjuobjektet om gitte temaer. Som vi så i metodedelen er dette en forutsetning for ett saksintervju. Forfatteren bak artikkelen er David Lande. Fra teoridelen husker vi at David Lande er journalist i Fremskrittspartiet.

Tekstens disposisjon: Artikkelen innleder med å fortelle leserne om at flesteparten av Fremskrittspartiets ordførerkandidater vil åpne for at private kan drive sykehjem i sine kommuner, og at Carl I Hagen konstaterer at dette er gledelig. I de to påfølgende avsnittene etter ingressen går partiet i dybden og forklarer tallene fra undersøkelsen som viser at Fremskrittspartiets ordførerkandidater er positive til private sykehjem. Midtveis i artikkelen får partiets eldregeneral Carl I Hagen ordet igjen og forklarer hvorfor det er viktig at private

kan drifte sykehjem på oppdrag fra kommunen. Hagen greier i neste avsnitt ut om Fremskrittspartiets foretrukne politikk på feltet eldreomsorg. Avslutningsvis henviser partiet til brukerundersøkelser fra Oslo kommune for å vise at de private og ideelle sykehjemmene gjør det best på brukerundersøkelser.

Grunnleggende midler for å overtale: Fremskrittspartiet bygger sin etos på forskjellige faktorer i teksten. Ettersom Carl I Hagen er både avbildet og intervjuet i artikkelen er det naturlig å se på hans troverdighet. I teoridelen viste vi til Kjeldsen som peker på at i år 2000 anga hele 72 prosent i en MMI-undersøkelse at Hagen var en dyktig politiker. Likevel mente 35 prosent at han ikke var til å stole på. Det samme mente 16 prosent av Fremskrittspartiets velgere. At Hagen blir sett på som en dyktig politiker vil kunne styrke sakens troverdighet. Samtidig mener en del av opinionen at han ikke er til å stole på. Dette kan selvfølgelig ha forandret seg siden år 2000. Mye har skjedd i politikken siden den gang. Blant annet har Carl I Hagen blitt eldregeneral i Fremskrittspartiet. Ettersom Hagen har en posisjon som eldregeneral er det rimelig å tro at han har relativt god troverdighet på feltet eldreomsorg totalt sett. Fremskrittspartiet bygger primært sin logos i artikkelen på tall fra undersøkelser. For det første brukes tall fra en undersøkelse som NRK har foretatt for å vise at de fleste av partiets ordfører kandidater vil at private kan drive sykehjem i sine kommuner. Avslutningsvis viser Fremskrittspartiet til brukerundersøkelser fra Oslo kommune som tilsier at de private og ideelle sykehjemmene scorer høyest på bruker- og pårørendeundersøkelser. Partiet oppgir imidlertid ikke hvilke tall de private og ideelle sykehjemmene oppnår i den nevnte undersøkelsen. Vi hopper til avsnittet midtveis i teksten og ser at Carl I Hagen uttaler at partiet i prinsippet ønsker vi ikke konkurranseutsetting. ”Det vi ønsker er at eldreomsorgen skal finansieres av staten gjennom stykkpris. Det betyr at hvem som helst kan drive sykehjem, etter godkjenning. Dermed går pengene ikke innom kommunene, men rett fra staten til sykehjemmene som tar i mot den pleietrengende”.

I teoridelen ble det redegjort for at logos appellerer til de fornuftige argumentene fra talerens side. Det ovennevnte argumentet kan høres fornuftig og effektivt ut ettersom Hagen sier at pengene går direkte staten til sykehjemmene. Det er lite som viser at Fremskrittspartiet benytter seg av patos i artikkelen. Følgende utsagn kan spores til en meget svak form for patos. ”Men så lenge det ikke er flertall på Stortinget for FrPs modell for finansieringen av sykehjem, vil konkurranseutsetting være en naturlig del av hverdagen i kommuner hvor vi sitter i posisjon”. Implisitt mener altså Fremskrittspartiet at de øvrige partiene på stortinget har seg selv å takke for at konkurranseutsetting er en gjeldende metode. Partiet peker her på

seg selv som aktøren som har den beste løsningen for finansiering av sykehjem.

Øvrige argumenter i teksten: Vi merker oss at Fremskrittspartiet bruker et argumentasjonsmønster som tilsier at valgfrihet og konkurranse er sunt. Dette fremgår eksplisitt av Carl I Hagens utsagn når han blir konfrontert med at såpass mange av partiets toppkandidater sier ja til at private kan drifte sykehjem på oppdrag fra kommunen: ”Dette sikrer brukervalg og mangfold i kommunene, samtidig som konkurranse fører til kvalitetsutvikling på de kommunale sykehjemmene”.

Stil og språklige virkemidler: Det første vi skal undersøke er hvilket stilnivå vi bør plassere artikkelen på. Det er rimelig å plassere artikkelen på mellomstilnivå. Som vi har pekt på tidligere er nyheter som sjanger å finne på dette nivået. Når det gjelder Fremskrittspartiets bruk av språklige virkemidler er det først verdt å nevne at teksten inneholder et relativt nøytralt språk, fritt for følelsesladde ord og vendinger. Artikkelen inneholder noen metaforer. Når Carl I Hagen snakker om at penger går fra staten til sykehjemmet, tillegger han penger bein og vandrende egenskaper.

Formulering av analysen: Det mest iøynefallende med Fremskrittspartiets sak om eldreomsorg er at teksten er praktisk talt fri for følelsesladede ord, vendinger og argumenter. Det fremgår heller ingen kritikk rettet mot politiske motstandere i saken. Snarere tvert i mot virker Fremskrittspartiet fornøyd med forholdene i mange kommuner i helsepolitikken, dette gjenspeiles i Hagens kommentar som kortfattet lyder: ”Gledelig”. Artikkelen beskriver helsepolitikk og eldreomsorg i rolige former. Primært handler imidlertid teksten om at eldregeneral Carl I Hagen er fornøyd med egne ordfører kandidater. Videre bruker Fremskrittspartiet en del plass på å fortelle publikum at private sykehjem gjør det bra på undersøkelser og ellers er til pasientenes beste.

6.9 Sammenfattende analyse, Helse/eldreomsorg

Dersom vi ser på partienes tolkningsrammer kan vi registrere at begge partiene slår fast at konkurranse om hvem som kan gi den beste omsorgen er sunt, samt at det vil heve kvaliteten ved sykehus. Ingen av partiene peker på hvilke konsekvenser en privatisering av eldreomsorgen vil få for de ansatte. Det er forskjell på hvilke løsninger partiene anviser i sine respektive artikler om emnet. Høyre mener at løsninger i eldreomsorgen hele tiden må være

underordnet det å gjøre de eldre fornøyde. Det er det absolutt viktigste. Fremskrittspartiet på sin side viser frem et løsningsforslag der de peker på at eldreomsorgen bør finansieres av staten gjennom stykkpris all den tid dette fremmer effektivitet. Det er videre både likheter og forskjeller i partienes valg av kilder i deres omtale av helse/eldreomsorg. Høyre trekker inn ett sitat fra en hjelpepleier ved Lambertseter alders- og sykehjem, mens Fremskrittspartiet henter en fra egne rekker idet partiets eldregeneral Carl I Hagen uttaler seg om emnet. Når partiene velger hvilke undersøkelser de siterer ser vi imidlertid en likhet. Begge partiene oppgir bruker- og pårørendeundersøkelsen fra Oslo kommune for å synliggjøre at de private sykehjemmene gjør det bra. For øvrig er det verdt å merke seg at mye av partienes øvrige argumentasjon er basert på tall fra diverse undersøkelser. Frem til nå har vi sett indikasjoner i vår tekstanalyse som tyder på at Fremskrittspartiet nytter ett større spekter av retoriske virkemidler i sine saker enn Høyre. Når det gjelder partienes bruk av retoriske virkemidler i deres presentasjon av det politiske emnet helse/eldreomsorg, benytter ikke Fremskrittspartiet spalteplass på å kritisere politiske motstandere overhodet. Høyre bruker derimot ett avsnitt på å argumentere mot Arbeiderpartiets fremgangsmåter på det nevnte området. Mønsteret Høyre bruker for å argumentere mot deres politiske rival innebærer at Høyre innskrenker noe av Arbeiderpartiets troverdighet på feltet helse/eldreomsorg. Høyre oppgir nemlig ingen grunn til hvorfor Arbeiderpartiet ikke vil hilse Nordlandia omsorg og Adecco Helse sine omsorgstjenester velkommen. Arbeiderpartiet har ganske sikkert en grunn til å takke nei til de to nevnte firmaene i eldreomsorgen, men Høyre velger å utelate denne i sin saksfremstilling. Dette kan i sum skape et bilde hos publikum om at Arbeiderpartiet er et inkonsekvent parti. Ingen av partiene stikker seg ut når det gjelder anvendelse av patos, men det er lettere å finne patosorienterte argumenter og ord enn hos Høyre enn hos Fremskrittspartiet. Høyre nytter også flere metaforer enn Fremskrittspartiet i sin artikkel. Generelt er begge artiklene ganske fattige på språklige virkemidler. Begge partiene baserer sine saker primært på tall fra undersøkelser. Man prioriterer tilsynelatende tallene fremfor språklige virkemidler i utstrakt grad.

7. Kjennetegn og forskjeller mellom partienes intern informasjon

På grunnlag av de analyserte tekstene kan vi si at det er en viss forskjell mellom uttrykksform i medlemsblader og ved partienes nettsteder. Tendensen går i retning av at avsenderen er nærmere mottakeren i medlemsbladene. Dette i form av at avsenderen i større grad prøver å

inkludere målgruppa ved å motivere og takke sitt publikum. I medlemsbladene har vi også avdekket at de respektive forfatterne prøver å skape en vi -følelse med tilhørerne i deres lederartikler, og at dette er en måte å bygge troverdighet på. Det er først og fremst i lederartikler vi registrerer at det er et nært forhold mellom sender og mottaker i medlemsblader. For analysen som tar for seg lokalvalget i Oslo viser ikke at det er veldig sterke bånd mellom forfatteren og publikum. Dermed er det relevant å stille spørsmålet hvorvidt det ligger i lederartikkelens sjanger og natur å knytte sterk kontakt mellom sender og mottaker. I metoddelen viste vi til Stein Sneve som gir uttrykk for at lederartikkelen skal være en subjektiv meningsytring. Det kan hende at den subjektive skrivemåten gjør sitt til at det blir lettere for en tekstforfatter som opererer i denne sjangeren å bli mer personlig og sågar inkludere publikum. Øivind Andersen trekker frem at "Bare når taleren har publikum for øye, kan han yte sitt beste" (Andersen 1995:25). Det er verdt å påpeke at tekstforfatterne også har taleren for øye på partienes nettsteder, men her har informasjonen en tilleggsfunksjon. Nettsidene kan brukes til så vel ekstern som intern informasjon. Dette betyr at partiene har muligheter til å vinne velgere ved hjelp av denne informasjonskanalen. Videre ville det muligens fremstått som lite inkluderende overfor potensielle velgere dersom partiene brukte en for intern sjargong i sin informasjon på nettet.

En hovedtendens innenfor partienes informasjon og tolkningsrammer er at Høyre viser til mer detaljerte politiske løsninger enn Fremskrittspartiet. Det er helt vanlig i partipolitiske tekster, og særlig for partier i opposisjon, å peke på løsninger når det gjelder forskjellige politiske temaer. Særlig når det gjelder temaene eiendomsskatt og lokalvalget i Oslo ser vi at Høyre legger mer arbeid i å utforme konkrete forslag til løsninger enn Fremskrittspartiet. Et detaljert løsningsforslag kan ha to viktige ringvirkninger. For det første kan Høyre vinne troverdighet ved at de tilsynelatende tar politiske problemer på alvor og nedtegner alternative forslag til forbedringer på temaer som eksempelvis eiendomsskatt. For det andre kan slike løsninger by på utfordringer når det gjelder selve formidlingen av løsningene. Eiendomsskatt og skatt er innfløkte tema å skrive om. I praksis kan en sånn formidling få preg av fagspråk. I så henseende kan publikum få problemer med å skjønne hvordan Høyres løsninger skal settes ut i livet.

En likhet mellom partienes tolkningsrammer eksisterer når det kommer til hvilke konsekvenser partiene mener diverse politiske tiltak får for samfunnet. Begge partiene trekker frem konsekvensene av politiske motstanderes politikk. Konsekvensene fungerer som advarsler mot de politiske rivaler. Her er tendensen at både Høyre og Fremskrittspartiets beskriver konsekvensene ved hjelp av det retoriske bevismiddelet patos. I praksis indikerer

dette at begge partiene trekker frem konsekvenser med et følelsesmessig preg. Blant annet peker Høyre i forbindelse med temaet utdanning på at ringvirkningene av regjeringens politikk blir at elever faller ut av skolen. Fremskrittspartiet på sin side understreker at dagens skolebygg i mange tilfeller kan være skadelig for barn.

Fremskrittspartiet gjør bruk av et retorisk trekk som går igjen i en rekke tilfeller, særlig i partiets medlemsblader. Partiet trekker inn en ekstern kilde som fungerer som intervjuobjekt og bygger opp om partiets politikk. Dette trekket har vi avdekket ved ett tilfelle i vår kvalitative analyse, der vi har sett partiet trekke inn Petter Batta som kilde i sin sak om eiendomsskatt. I tillegg fremgår det av flere eksempler i kapittelet om partienes saksprioritering at Fremskrittspartiet intervjuer en rekke utenforstående personer om partiets politikk. Intervjuobjektene i denne sammenheng er Knut Bjørnsen, Rune Rudberg, Arne Jonny Andreassen fra Grorud i Oslo, daglig leder Pino Li Favi og kokk Simone Castello ved den italienske restauranten Tosca i Oslo. De fleste av de nevnte kildene er i utgangspunktet kjent for andre ting enn partipolitikk, men ettersom de snakker utelukkende positivt om partiet, kan medlemmene av partiet få en fornemmelse av at utenforstående deler det samme tankegodset når det gjelder norsk politikk. Siden enkelte av Fremskrittspartiets kilder i denne sammenheng er kjendiser, kan det føre til at medlemmene blir sikrere på at de har gjort et riktig valg med henhold til politisk ståsted. Kjendiser som tilkjennegir deres begeistring for partiets standpunkter, vil også kunne føre til at partiets medlemmer og velgere får referansepunkter som de, i kombinasjon med partiets politikk, kan identifisere seg med. I analysedelen så vi at Fremskrittspartiets strategi kan relateres til det Kjeldsen kaller reklamens *testimonials*. I testimonials fremstiller man mennesker, gjerne både kjente og anerkjente som sannhetsvitner eller garanter for et produkt. I en partipolitisk sammenheng kan det hevdes at Fremskrittspartiet trekker inn sannhetsvitner som bygger opp om partiets politikk. Det er uansett rimelig å hevde at Fremskrittspartiet kan styrke sin troverdighet ved å trekke inn eksterne kilder i sin formidling. Karlberg og Mral mener at en avsender kan styrke sin troverdighet ved å nytte sitater fra vitenskapsmenn så vel som den vanlige mann eller kvinne.

I Høyres publikasjoner er det ingen spor av strategien som er nevnt ovenfor. Men også Høyre refererer til utenforstående kilder i sin nyhetsrapportering. I kontrast til Fremskrittspartiet er det imidlertid en svak tendens til at Høyre krediterer eksterne aktører for gode politiske prioriteringer. Partiet trekker frem rektoren ved Ullern videregående skole som en foregangsfigur for god skolepolitikk i praksis. I tillegg går partiet god for at regjeringen har utrettet noe positivt i form av at de har fremmet fem ekstra skoletimer i grunnskolen.

Hos Høyre kan vi også på grunnlag av de analyserte tekstene spore en tendens til at partiet henviser til seg *selv* som en autoritet. Dette gjør de i større grad enn Fremskrittspartiet. Partiet ønsker å fremstå som ansvarlig og de bruker en viss oppskrift for å oppnå dette. For det første viser Høyre frem detaljerte løsninger på politiske problemer. For det andre har vi sett partiet redusere politiske motstanderes troverdighet i eksempelvis utdanningspolitikken ved å hevde at de har kommet motstandere i forkjøpet vedrørende utforming av politiske forslag. På denne måten søker Høyre å fremstå som et ansvarlig parti som utformet forslag til bedre politikk på feltet utdanning lenge før regjeringen. For det tredje reduserer Høyre Arbeiderpartiets troverdighet i helsepolitikken når partiet fjerner Arbeiderpartiets motiv for at de ikke ønske private aktører i helse- og eldreomsorgen. Ettersom Høyre har frie tøyler når det gjelder vinkling på egen nettside, kan de utlate Arbeiderpartiets motiver for å få partiet til å fremstå som inkonsekvent. Når Høyres hovedmotstanders motiv blir tilslørt, kan Høyre øke sin egen troverdighet på feltet ettersom det ikke fremgår noen logisk forklaring på hvorfor Arbeiderpartiet ikke ønsker private aktører velkommen. På denne måten slipper også Høyre å bruke det skrevne ord for å argumentere mot Arbeiderpartiet.

Det er videre en klar tendens til at Fremskrittspartiet i motsetning til Høyre bruker såkalte topoi i sin argumentasjon i interne publikasjoner. Hos Høyre kan vi ikke observere noen bruk av dette argumentasjonsmønsteret. Fremskrittspartiets anvendelse av topoi er såpass utstrakt at den ikke bør ansees som tilfeldig. Bruk av topoi innebærer blant annet, som vi har sett tidligere, en synliggjøring av at dersom den ene av to ensartede ting er mulig, er den andre det også. I praksis betyr dette at Fremskrittspartiet kan peke på at Norge som verdens rikeste land burde ha verdens beste skoler. Videre har vi også sett partiet henviser til våre naboland for å vise til forbilledlige forhold hva angår skatt og avgifter. Et sådant argumentasjonsmønster er også forenlig med det topoi vi beskrev ovenfor.

Fremskrittspartiets bruk av topoi kan ha følgende ringvirkninger på publikum: når partiet bruker topoi i sin argumentasjon viser de at det er ubalanse i den politiske logikken. Hvorfor skal det være mye høyere skatte- og avgiftsnivå i Norge enn i våre naboland? Hvorfor kan ikke verdens rikeste land ha verdens beste skoler? Fremskrittspartiet kan profitere på å bruke topoi fordi publikum er med på partiets resonnement om at hvis den ene av to ensartede ting er mulig, er den andre det også. Bruk av topoi kan også være med på å forenkle informasjonen til Fremskrittspartiet. Et sânt argumentasjonsmønster fremkaller likheter og danner assosiasjoner hos publikum, og kan sånn sett gjøre informasjonen enklere og mer folkelig.

I problemstilling nummer tre i oppgaven spør vi nettopp hvorvidt vi kan se konturer av

at Fremskrittspartiet formidler informasjon på en folkelig måte i sine interne publikasjoner. Ovenfor har vi pekt på at topoi kan gjøre informasjon enklere og mer folkelig. Når vi i tillegg vet at Fremskrittspartiet også trekker inn eksterne intervjuobjekter som bygger opp om partiets politikk, kan dette også relateres til en folkelig informasjonsform. Siden kildene som nyttes er mannen i gata, Knut Bjørnsen og Rune Rudberg, kan dette bidra til å folkeliggjøre den partipolitiske informasjonen.

I kjølvannet av partienes tekster i medlemsblader og på deres respektive nettsteder kan vi registrere at partiene mobiliserer patos hos sine tilhørere på forskjellige måter. Tendensen går i retning av at Høyre frembringer patos i form av at de viser medlidenhet overfor en befolkning som urettferdig nok må betale eiendomsskatt. Videre viser Høyre medlidenhet overfor eldre. Partiet mener eldre fortjener en god og verdig omsorg fordi de har stått på i et helt liv. Fremskrittspartiet er på sin side mer direkte i sin mobilisering av patos. Partiet skriver blant annet at eiendomsskatten setter sinnene i kok blant landets huseiere. I tilknytning til temaet utdanning skriver partiet at skolebygg er skadelig for barn og mobiliserer sågar patos hos foreldre og andre som er glade i barn. Den videre kommentaren fra Fremskrittspartiet er at de tordner: ”det er en skam”.

Fremskrittspartiet benytter seg av allitterasjon i overskriften i tre av de analyserte tekstene deres. Høyre har på sin side ingen allitterasjoner i sine overskrifter i sine tekster. Når Fremskrittspartiet bruker dette virkemiddelet i klart større grad enn Høyre, minsker sannsynligheten for at dette er et tilfeldig trekk fra partiets hold. En allitterasjon innebærer bokstavrim, det vil si at to eller flere ord i partiets overskrifter begynner på samme forbokstav. Headinger med bokstavrim får en spesiell klang som kanskje gjør de enklere å huske for publikum. Dersom overskriften sier noe om budskapet i teksten, kan dermed allitterasjonen implisitt hjelpe publikum til å huske budskapet.

Høyre anvender imidlertid et annet virkemiddel som ikke Fremskrittspartiet gjør. Partiet har ved to tilfeller i vårt utvalg av tekster benyttet seg av tautologi, det vil si en påstand som alltid er sann, og som det ikke går an å være uenig i, fordi den ikke sier noen ting. En tautologi kan brukes strategisk fra avsenderens hold. Dersom Høyre eksempelvis sier at de er et parti som møter utfordringene i eldreomsorgen og at de tar de eldre på alvor, vil dette være en strategisk måte å bruke tautologi på fra Høyres hold. Ettersom utsagnet høres bra ut, vil dette kunne være en strategisk tautologi å servere publikum. Mindre viktig er det da at påstanden høres bra ut fordi den er sann og umulig å si seg uenig i. Høyre anvender ikke tautologi i den strategiske sammenheng vi har skissert ovenfor, men i en form der de beskriver forhold rundt skoler i ett tilfelle, og i et annet tilfelle befolkningen i Oslo.

Begge partiene anvender metaforer relativt likt i deres publikasjoner forut for valget. Metaforer benyttes strategisk som ledd i argumentasjon mot politiske motstandere. Når det gjelder metaforer som havner i politiske motstanderes disfavør kan vi trekke frem følgende eksempel fra Fremskrittspartiet: "Vi har en regjering som har erklært krig mot private skoler og private løsninger innen eldreomsorg". Følgende eksempel har vi fra Høyre: "Regjeringen omfavner eiendomsskatt".

Begge partiene bruker logosargumentet det historiske eksempelet for å gå tilbake i tid og vise at politiske motstandere historisk sett har gjort politiske feilprioriteringer. Det er verdt å merke seg at partienes lederartikler og partienes saker om eiendomsskatt utmerker seg med en omfattende bruk av historisk tallmateriale som nyttes som argumentasjon mot politiske rivaler. Gjennomgående er det mer omfattende kritikk av politiske motstandere hos Fremskrittspartiet enn hos Høyre. Kritikken av politiske motstandere er ikke ubetydelig. Den sier for det første noe om måten partiene driver valgkamp på. Fremskrittspartiet driver valgkamp på andres politikk i større grad enn Høyre. For det andre sier mengden av kritikken rettet mot politiske motstandere noe om argumentasjon og språkføring i partienes egne medier. Når fokuset i stor grad legges på argumentasjon mot politiske motstandere, vil språket i noen tilfeller bli mer aggressivt. På grunnlag av dette kan en spørre seg hvorvidt Fremskrittspartiet fører en strategi som kontinuerlig handler om å advare mot opposisjonen på deres nettsted og i deres medlemsblader. En informasjonsstrategi som inneholder kontinuerlige advarsler mot eksterne politiske aktører og partier, kan tolkes dit hen at Fremskrittspartiet hele tiden ønsker at deres publikum skal være på tå hev og stadig tilføres argumenter i kamp mot politiske rivaler. Spørsmålet er: kan informasjon preget av høy frekvens av kritikk av politiske motstandere være en indikasjon på at Fremskrittspartiets publikasjoner søker å overtale sitt publikum i større grad enn Høyre? Det er grobunn for å stille dette spørsmålet ettersom Fremskrittspartiet gjennomgående har et større fokus på kritikk av politiske motstandere enn Høyre. Høyre på sin side ønsker å fremstå som et ansvarlig parti i mange av tekstene vi har analysert. På partiets medlemmer og velgere kan dette ha den effekt at deres følelse av Høyre som et ansvarlig parti blir forsterket.

Litteratur

Aardal, Bernt, Krogstad Anne , Narud, Hanne Marthe *I valgkampens hete.*
Universitetsforlaget Oslo 2004

Aardal, Bernt, Krogstad Anne , Narud, Hanne Marthe og Waldahl, Ragnar: ”Strategisk kommunikasjon og politisk usikkerhet” i Aardal, Bernt, Krogstad Anne og Narud, Hanne Marthe (red) *I valgkampens hete.* Universitetsforlaget Oslo 2004

Aardal, Bernt (red) *Norske velgere. En studie av stortingsvalget 2005* Narayana Press 2007

Andersen, Øivind *I retorikkens hage* Universitetsforlaget AS 1995, Oslo

Bjerke, Paul *Fortsatt partipresse. Norske holdninger til regjeringsskiftet i mars 2000*
Høgskulen i Volda, Møreforskning 2001

Dickerson, Donna L ”Framing “Political Correctness”: The New York Times' Tale of Two Professors” i Reese, Stephen D, Gandy, Jr, Oscar H., Grant, August E. *Framing public life : perspectives on media and our understanding of the social world* Lawrence Erlbaum Associates Mahwah, NJ 2001. s 163-175.

Dearing, James W og Rogers, Everett M *Agenda-Setting* Sage Publications 1996.

Engebretsen, Martin: *Nyheten som hypertekst. Tekstuelle aspekter ved møtet mellom en gammel sjanger og ny teknologi* IJ-forlaget, Kristiansand 2001

Fredriksson, Gunnar: *Det politiska språket* Tidens Förlag Stockholm 1992

Grønmo, Sigurd: ”Forholdet mellom kvalitative og kvantitative metoder i samfunnsforskningen” i Holter, Harriet og Kalleberg, Ragnvald: *Kvalitative metoder i samfunnsforskning* Universitetsforlaget AS Oslo 1988

Heradstveit, Daniel og Bjørge, Tore: *Politisk kommunikasjon* Tano AS, Oslo 1992

Hestvik, Hanne: ”valgkamp2001.no. Partier, velgere og nye medier. Ny kommunikasjon?” i Aardal, Bernt, Krogstad Anne , Narud, Hanne Marthe *I valgkampens hete*. Universitetsforlaget Oslo 2004,s 230-294.

Holter, Harriet og Kalleberg, Ragnvald: *Kvalitative metoder i samfunnsforskning* Universitetsforlaget AS Oslo 1988

Ihlen, Øyvind: Petroleumsparadisets. *Norsk oljeindustri strategiske kommunikasjon og omdømmebygging* Unipub 2007

Iyengar, Shanto: *Is Anyone Responsible? How Television Frames Political Issues* 1991

Karlberg, Maria, Mral Brigitte *Heder och påverkan. Att analysera moderen retorik* Bokförlaget Natur och Kultur, Stockholm. Stockholm 1998

Karlsen, Rune: ”Den første internettvalgkampen? Velgernes informasjonskilder” i Aardal, Bernt (red) *Norske velgere. En studie av stortingsvalget 2005* Narayana Press 2007, s 281-300.

Kjeldsen, Jens E. *Retorikk i vår tid* Oslo: Spartacus Forlag 2006

Lakoff, Georg og Johnson, Mark *Hverdagslivets metaforer. Fornuft, følelser og menneskehjernen* Pax Forlag A/S, Oslo 2003.

Larsson, Larsåke: *Tillämpad kommunikationsvetenskap* Printed in Sweden 2001

McCombs, Maxwell: *Setting the agenda the mass media and public opinion* Polity Press 2004

Noelle- Neumann, Elisabeth: *The spiral of silence* The University of Chicago Press. Chicago and London 1993

Peterson, Olof og Holmberg, Sören: *Opinionsmätningarna och Demokratin* SNS FÖRLAG 1998

Ragin, Charles C: *The Comparative Method. Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies* The Regents of the University of California 1987

Reese, Stephen D, Gandy, Jr, Oscar H., Grant, August E. *Framing public life : perspectives on media and our understanding of the social world* Lawrence Erlbaum Associates Mahwah, NJ 2001

Reese, Stephen D: "Prologue—Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research" i *Framing public life : perspectives on media and our understanding of the social world* Lawrence Erlbaum Associates Mahwah, NJ 2001, s 7-33.

Robstad, Per og Ihlen, Øyvind: *Informasjon og samfunnskontakt. Perspektiver og praksis* Fagbokforlaget 2004

Sneve, Stein: *Kommentarsjangeren HBO-rapport 19/2002* Høgskolen i Bodø 2002

Østbye, Helge, Helland, Knut, Knapskog, Karl og Larsen, Leif Ove: *Metodebok for mediefag* Fagbokforlaget Bergen 2002

Østlyngen, Trine og Øvrebø, Turid: *Journalistikk Metode og Fag* Gyldendal Norsk Forlag AS 2000.

Waldahl, Ragnar: *Mediepåvirkning* Gyldendal Akademisk, Oslo 2.utgave 1998

Nettkilder:

Tema 1, Eiendomsskatt:

1) *Høyre utfordrer Regjeringen om eiendomsskatt: - Sett en maksgrense!* Fra Høyres nettsted www.hoyre.no link til artikkel: <http://www.hoyre.no/artikler/2007/9/1188654026.46> Publisert 01.09.07

2) *Bolig er statens nye melkeku* Fra Fremskrittspartiets nettsted www.frp.no link til artikkel: <http://www.frp.no/Innhold/FrP/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=31926> Publisert 29.08.07

Tema 2, Utdanning:

1) *Hvor er tiltakene?* Fra Høyres nettsted www.hoyre.no link til artikkel: http://www.hoyre.no/artikler/2007/8/folkemote_29aug Publisert 29.08.07

2) *Krever krafttak for skolen* Fra Fremskrittspartiets nettsted www.frp.no link til artikkel: <http://www.frp.no/Innhold/FrP/Nyhetsarkiv/2007/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=33062> Publisert 03.09.07

Tema 3, Helse:

1) *Kamp for bedre omsorg* Fra Høyres nettsted www.hoyre.no link til artikkel: <http://www.hoyre.no/artikler/2007/8/1188469674.03> Publisert 30.08.07

2) *Massiv Frp- støtte til private sykehjem* Fra Fremskrittspartiets nettsted www.frp.no link til artikkel: http://www.frp.no/Innhold/lagWeb/Oppland/Jevnaker_FrP/?module=Articles;action=Article.publicShow;ID=32832 Publisert 30.08.07

KOLOFON: NR. 05:2007

Høyremagasinet Muligheter
ISSN 1504-6494

Redaktør: Christian I. Wangberg
Ansvarlig redaktør: Trond R. Hole

Redaksjonen:
Astrid Arnslett
Mudassar Kapur
Thomas Berg Olsen
Christian Angell
Hans Kristian Hognes

Bidragstere Høyres stortingsgrup-
pes sekretaria:
Lars Øy

Bidragstere i dette nummeret:

Anne Hagen Grimsrud er frilans-
journalist, og har besøkt Lillehammer
Høyres ordførerkandidat. Hun har
tidligere vært journalist i Høyres avis,
og har drevet kommunikasjons- og
eventuellselskapet Klappet og Klart AS.
Grimsrud er cand.mag. med mel-
lomfag i statsvitenskap fra UiO og
høyskolekandidat i reiselivsmarkedsfø-
ring fra HiL.

Tomas Moss er fotograf og har tatt
bildene til temareportasjen fra Trond-
heim. Han har i tillegg tatt mange av
de andre bildene i magasinet. Han er
32 år og har tatt bilder siden han var
fem. Har tidligere jobbet som presse-
fotograf og driver i dag sitt eget firma,
ICU fotografiske tjenester.

Henrik Pryser Libell er frilanser og har
skrevet temareportasjen fra Trond-
heim. Han er undannet journalist med
utenriks og Europa som spesialitet.
Han har hovedfag i statsvitenskap og
jobber med et nytt i historie.

Tips oss:
E-post: muligheter@hoyre.no
SMS/MMS: muligheter «din mel-
ding» til 2012 (1 krone per melding)

Vil du annonere i Muligheter?
Kontakt Kari Kronberg
E-post: kari.kronberg@hoyre.no

Vil du abonnere på Muligheter?
Nå kan du få Muligheter i postkassen,
selv om du ikke er medlem. 10 utgaver
koster 100 kroner for privatpersoner og
1000 kroner for bedrifter. Bestill per
e-post: muligheter@hoyre.no

Opplag: 25 000
Forsidefoto: Tomas Moss
Design: Gazete
Trykk: Rolf Ottesen Grafisk
Produksjon



LEDER

KJÆRE HØYRE-VENNER

Landsmøtet er vel overstått og valgkampen står for døren. Jeg tror vi står bedre rustet til å gjøre et godt valg enn vi har gjort på lenge. Landsmøtet var preget av optimisme, debatt og utvikling av ny politikk.

**Vi har tatt fatt i tidens
viktige problemstil-
linger og blitt enige om
gode løsninger basert
på konservative verdier.**

Menneskene først

Landsmøtet brukte mye tid på å
debattere vår ambisjon om et sam-
funn med tryggere lokalsamfunn,
mer kunnskap i skolen og høyere
kvalitet i omsorgen. Resultatet var
ikke overraskende. Vi setter men-
neskene først, fordi menneskene
er samfunnets viktigste ressurs. I
skolepolitikken handler det om at
alle elever skal ha noe å strekke seg
etter og at ingen skal bli hengende
igjen. Over halvparten av elevene
i skolen sier at de ikke har nok ut-
fordringer i skolehverdagen. Det
må vi ta på alvor. Derfor vedtok
vi å utvide skoledagen med flere
timer, slik at vi gradvis ender opp
med en heldagsskole.

Men det er ikke bare unge
mennesker som skal realisere sitt
potensial. Den viktigste forutset-
ningen for elevenes lyst og evne
til å lære vil alltid være læreren.
Mange lærere gjør en kjempejobb,
men fremdeles er det alt for mange
som ikke yter elevene rettferdig-
het. Flere skoletimer er viktig, men
det vil ikke gi noen uttelling hvis
ikke vi viderefører og styrker etter-
og videreutdanningstilbudene for
lærerne. Det er Høyres viktigste
sak for skolen i valgkampen.

Frighet til å velge

Å sette menneskene først handler
om å ta dem på alvor. Derfor vil
Høyre alltid motarbeide dem som

vil forbeholde valgfrihet for noen
få, enten det er i skolen, i omsor-
gen eller i andre offentlige tje-
nes-ter. Frihet til å velge selv er en vik-
tig del av velferden for de fleste av
oss. Kurter man ut valgfriheten,
så kutter man i velferden.

I Høyre-kommuner skal ingen
umyndiggjøres. Det er et løfte.
Og i Høyre holder vi det vi lover.

Vi har store utfordringer i om-
sorgssektoren. Det blir stadig flere
i alle aldre som behøver pleie og
omsorg. For eldre pleietrengende
er behovene ofte sammensatte.
Sykehjemsbeboere har gjerne seks

eller syv forskjellige sykdommer
som skal behandles, og tilgan-
gen på leger og sykepleiere med
spesialisering i eldremedisin er
svært begrenset. Faktisk er én av
tre som jobber i omsorgssektoren,
ufaglærte. Jeg mener våre eldre
og pleietrengende fortjener langt
bedre. På landsmøtet lanserte jeg
derfor et kunnskaps- og kompe-
tanseløft for ansatte i omsorgen.

Omsorgsløft

De som jobber i omsorgssekto-
ren, fortjener ros og honnør for
den innsatsen de legger ned hver
eneste dag, men hvis vi skal oppnå
høyere kvalitet i omsorgen, kom-
mer vi ikke utenom å satse mer på
dem som jobber der. Flere må få
muligheten til å utvikle seg selv
og realisere sine ambisjoner. Jeg
er glad for at landsmøtet ga sin
tilslutning til en kraftinnsats for
omsorgssektoren. Det trenger vi.

Høyres klimakamp

Foruten våre tre hovedambisjoner
i lokalpolitikken brukte landsmø-
tet mye tid på hva Høyre kan og
bør gå inn for i kampen mot kli-
maendringene. Landsmøtet viste
at Høyre har mer enn store ord
og luftige mål å bringe til bordet
i kampen mot klimaendringene.
Vi har gjentatt vår invitasjon til
et bredt klimaforlik i Stortinget,
stilt krav om storstilt satsing på
ny fornybar energi og skissert en
offensiv lokalpolitisk klimaplan.
Med våre forslag til tiltak bør det
være mulig å omsette klimapoliti-
ske mål i reelle resultater.

Erna Solberg, leder i Høyre

«
I Høyre-kommuner
skal ingen umyndig-
gjøres. Det er et løfte.
Og i Høyre holder vi
det vi lover.



Veilegg 2:

KOLOFON: NR. 06:2007

Konstituert redaktør: Astrid Arnslett
Ansvarlig redaktør: Trond R. Hole

Redaksjonen:
Mudassar Kapur
Thomas Berg Olsen
Christian Angell
Hans Kristian Hogsnes

Bidragstere Høyres stortingsgruppes
sekretariat: Lars Øy

Bidragstere i dette nummeret:

Tomas Moss er fotograf og har forevi-
get valgkampforberedelsene i organisa-
sjonen. Han har i tillegg tatt mange av
de andre bildene i magasinet. Tomas
er 32 år og har tatt bilder siden han
var fem. Han har tidligere jobbet som
pressefotograf og driver i dag sitt eget
firma.

Frøy Lode Wiig er frilansjournalist og
har denne gangen besøkt organisa-
sjonen vår for å måle temperaturen
på forberedelsene internt. Hun har
tidligere jobbet som kommunikasjons-
rådgiver i Geelmuyden.Kise og har
mastergrad i internasjonal politikk.

Are Bye har skrevet saken om Bengt
Eidems vei tilbake til lokalpolitikken i
Trondheim. Han er 23 år og frilanser
med bachelor i journalistikk og har
mye arbeidserfaring. Han har i det
siste året vært vikar i Aftenposten, i
tillegg til å drive et lite mediefirma.

Tips oss:
E-post: muligheter@hoyre.no
Sms/mms: muligheter <din melding>
til 2012 (1 krone per melding)

Vil du annonsere i Muligheter?
Kontakt Kari Kronberg
E-post: kari.kronberg@hoyre.no

Adresse: Muligheter
Høyres Hovedorganisasjon
Postboks 1536 Vika
0117 Oslo

Opplag: 46 200
Forsidefoto: Tomas Moss
Design: Gazette
Trykk: Rolf Ottesen Grafisk Produksjon



4 / MULIGHETER / 6-07 / Høyremagasinet

LEDER

KJÆRE HØYRE-VENNER

Nå gjelder det! Mange velgere bestemmer seg i siste liten, og med 8.000 kandidater og enda flere valgkampmedarbeidere føler jeg meg trygg på at våre budskap skal nå frem til alle de velgerne som bestemmer seg de siste fire ukene før valget. Vi vet det er mange av dem.

Mer enn 40 prosent av velgerne bestem- mer seg på tampen av valgkampen.

Hvem de stemmer på, avgjør val-
get. Derfor er ingenting avgjort
før valglokale stenger den 10.
september.

De siste fire ukene før valget er
det viktig at vi alle er ambassadø-
rer for Høyres politikk, enten vi
er medlemmer, sympatisører, til-
lits- eller folkevalgte. En samtale
rundt et lunsjbord med kolleger,
i en middag med gode venner el-
ler på venterommet hos tannlegen
kan være avgjørende for utfallet
av valget. Vi lever i en mediever-
den der det dessverre bare er plass
til 30-sekunders-budskap. Det
holder ikke alltid til å presentere
en politikk som nødvendigvis er
mer nyansert og innholdsrik enn
det som kan sies på 30 sekunder.
Får vi tre minutter, så er mye
gjort. Bruk sjansene du har til å
tale Høyres sak før valget. Det er
nå det gjelder!

Vi kan være stolte av Høyres ord-
førere. De står på hver eneste dag
for innbyggernes beste og sørger
for at elevene i skolen lærer mer,
at de eldre får en verdig alderdom
og at idrettslag, frivillige organi-
sasjoner og kulturtilbud finner
sin naturlige ramme i trygge og
trivelige lokalsamfunn. Selv om
vi har mye å være stolte av, har vi
fremdeles store ambisjoner for en
enda bedre fremtid. Fortell ven-

ner og kjente hva vi har fått til,
men glem for all del ikke de gode
planene vi har for lokalsamfunnet
de neste fire årene!

I år går vi til valg på kunnskap
i skolen, kvalitet i omsorgen og
trygge lokalsamfunn. Det er tre
saker som er godt forankret i
Høyres ideologi og i vår ambisjon
om å skape et samfunn som gir
muligheter for alle. Det er saker
som viser bredden og styrken i
Høyres politikk, men ikke minst
er det saker som er viktig for livs-

kvaliteten i lokalsamfunn over
hele landet.

Det vil alltid være lokale saker
som blir viktigere enn disse tre i
valgkampen. Sånn skal det være i
et lokalvalg, og sånn skal det være
i et parti som tar det kommunale
selvstyret på alvor. Vi er et parti
som vektlegger frihet og ansvar.
Det innebærer også frihet for
Høyres lokallag til å fronte sine
egne saker og stå til ansvar for
sine egne innbyggere. Det kom-
mer intet dekret fra Høyres Hus
i Oslo – ikke nå og ikke etter val-
get. Det er forbeholdt partiene på
Youngstorget.

Jeg tror vi kan regne med at det
blir en tøff sluttsprint. Enkelte
partier vil prøve seg med skitne
knep på oppløssiden. Det er bare
å forberede seg på at profilerte
Høyre-kommuner vil bli trukket
frem og svartmalt. De største by-
ene våre vil bli hardest rammet.
Det er det ingen grunn til. Oslo,
Bergen, Stavanger og Drammen
er ikke skremmebilder, men ut-
stillingsvinduer for god Høyre-
politikk. De årene vi har sittet
med makten, har vi levert det vi
lovet og vel så det. Det er mer enn
Regjeringen kan si etter to år på
taburettene.

Lykke til med valgkampen!

Erna Solberg, leder i Høyre

FOTO: GWESINBERG



Vedlegg 3:

KOLOFON: NR. 07:2007

Høyremagasinet Muligheter
ISSN 1504-6494

Redaktør: Christian I. Wangberg
Ansvarlig redaktør: Trond R. Hole

Redaksjonen:
Astrid Arnslett
Mudassar Kapur
Thomas Berg Olsen
Christian Angell
Hans Kristian Hognes

Bidragssytere i dette nummeret:
Takke til alle valgkampmedarbeidere i Høyre som har sendt inn bilder til redaksjonen med øyeblikk fra hele Norge. Vi har samlet de beste bildene og presenterer de som en egen bilde-spesial i dette nummeret.

Fotograf Tomas Moss har besøkt Kirkenes i denne utgaven. Han er 32 år og tatt bilder siden han var fem år. Han har tidligere jobbet som pressefotograf og driver i dag sitt eget firma.

Tips oss:
E-post: muligheter@hoyre.no
SMS/MMS: muligheter <din melding> til 2012 (1 krone per melding)

Vil du annonsere i Muligheter?
Kontakt Kari Kronberg
E-post: kari.kronberg@hoyre.no

Vil du abonnere på Muligheter?
Nå kan du få Muligheter i postkassen, selv om du ikke er medlem. Ti utgaver koster 100 kroner for privatpersoner og 1000 kroner for bedrifter. Bestill per e-post: muligheter@hoyre.no

Adresse:
Muligheter
Høyres Hovedorganisasjon
Postboks 1536 Vik
0117 Oslo

Forsideillustrasjon: Christian I. Wangberg
Opplag: 29 000
Design: Gazette
Trykk: Rolf Ottesen
Grafisk Produksjon



2 / MULIGHETER / 7-07 / Høyremagasinet

LEDER

VALG 07: HØYRE VS. ARBEIDERPARTIET!

Dette valget kommer til å stå mellom Høyre og Arbeiderpartiet. Det står mellom et Høyre som vil ha utvikling og et Arbeiderparti som vil skru klokken tilbake, mellom Høyre som vil ha muligheter for alle og Arbeiderpartiet som vil at alle skal med – uansett om de vil eller ei.

Arbeiderpartiet har utropt Fremskrittspartiet til hovedmotstander.

Gjerne det – hvis taktikk er viktigst.

Arbeiderpartiet glemmer imidlertid én vesentlig ting: Nesten 40 prosent av Norges befolkning bor i en kommune styrt av Høyre. Det er Høyre som er i posisjon til å vinne førerretten i Oslo, Bergen, Stavanger, Drammen og en rekke små og store kommuner i hele landet.

Jens Stoltenberg må gjerne late som noe annet – men realiteten er at dette valget står om folk har lyst til å bo i en Arbeiderparti-kommune eller i en Høyre-kommune. Men Jens Stoltenberg vil ikke snakke om det. Han vet at Høyre har enormt mye å vise til i de kommunene der vi har makt og enormt mye å rette opp der Arbeiderpartiet har fått styre. Da er det bedre å snakke om Fremskrittspartiet, selv om valget egentlig står mellom Høyre og Arbeiderpartiet.

Det er mange som mener at det ikke er så store forskjeller mellom partiene lenger. Vi vet at det er feil. Eldre mennesker som ønsker seg muligheten til å velge mellom ulike omsorgstilbud, hvilket sykehjem de skal bo på eller hvem som skal hjelpe dem i hjemmet, vet det også. De har sett hva som har skjedd i Trondheim, der det private sykehjemmet ble rekommunalisert, tilbudet ble standardisert og valgfriheten ble fjernet. Jeg mener at eldre mennesker med

et omsorgsbehov er gamle nok til å ta sine egne valg. Arbeiderpartiet mener at politikerne vet best hvilke valg vi burde ta. Det er en vesentlig forskjell for dem det angår.

Kvalitet i omsorgen kommer ikke av seg selv. Vi må rekruttere flere ansatte, men vi må også gjøre mer for dem som jobber i sektoren. Høyre har lansert et ambisiøst kunnskapsløft for ansatte i omsorgssektoren. Det må til når vi



Realiteten er at dette valget står om folk har lyst til å bo i en Arbeiderparti-kommune eller i en Høyre-kommune.

PHOTO: CEWE/BERG



vet at eldre på sykehjem har mellom seks og syv aktive diagnoser i gjennomsnitt. Men det viktigste bidraget til økt kvalitet ville være om det var brukerne, gjennom å bruke sin valgfrihet, som avgjorde hva som er god kvalitet og hva som er dårlig. Det vil ikke Arbeiderpartiet være med på.

Elever i ungdomsskolen vil også merke at det forskjell på partiene. Høyre vil gi dem mulighet til å velge videregående skole selv. Arbeiderpartiet mener det er en avgjørelse som bør bestemmes av bosted og politikere, uavhengig av de faglige eller sosiale ønskene og behovene hver enkelt elev måtte ha. Arbeiderpartiets filosofi er enkel: Er man under 18 eller over 81, så er man ikke skikket til å bestemme over viktige avgjørelser i sitt eget liv, selv om det kan være avgjørende for livskvaliteten.

Vi står foran innspurten i valgkampen. Vi har motiverte delegater, dyktige ordfører kandidater og engasjerte valgkampmedarbeidere. Nå gjelder det at vi alle gjør en kjempeinnsats for å sørge for at enda flere skal få muligheten til å bo i en kommune der hver og en av oss blir tatt på alvor, en kommune med trygge lokalsamfunn, kunnskap i skolen og kvalitet i omsorgen.

Lykke til!

Erna Solberg, leder i Høyre

Blir syk av Brustad

Så ble det slik som mange fryktet etter siste stortingsvalg; med sosialister ved makten skrumper pasientenes rettigheter inn til kun å gjelde retten til å stå i kø. To år etter regjeringsskiftet er helsekøene rekordhøye. Tallenes tale er klar fra Norsk pasientregister. 210.000 mennesker står i kø for å få behandling for sine lidelser. Fra 2005 til 2007 er køen av pasienter innenfor somatikken økt fra 186.000 til 198.000, en økning på 6,2 prosent. Innenfor barne- og ungdomspsykiatrien er det enda verre. Der er pasientkøen økt med hele 17,1 prosent.

Leder

Når det gjelder pleietrengende pasienter innenfor psykisk helsevern er ventelisten blitt 10,3 prosent lengre.

Alt dette har Sylvia Brustad ansvaret for. For det er hun som er helseminister. Denne avis var selvsagt en av de største kritikerne til at Arbeiderpartiet igjen skulle overta styringen av landets helsevesen, ikke uten grunn tatt i betraktning Arbeiderpartiets årelange tradisjon for å ofre pasientene på sosialdemokratiets alter.

Det måtte gå som det gikk, spesielt med tanke på at den nye helseministerens eneste «meritt» i sin politikk-karriere så langt var å få ordet Brustad-bu inn i nördmenns vokabular.

«Man kan bli syk bare av å høre om de rødgrønnes helsepolitikk.»

Fremskritt har tidligere tatt et oppgjør med blant annet helseministerens arrogante holdning overfor landets lokalsykehus. Disse har helseministeren langt på vei ribbet for (livs)viktige funksjoner og omgjort dem til lokale Brustad-buer. Siste eksempel på det var henres feriestengning av en rekke fødeavdelinger.

Vi skal ikke tvære leserne med kritikk av Sylvia Brustad, men heller se på hennes og Arbeiderpartiets regjeringspartner, Sosialistisk Venstreparti. For den mest naive av oss var det, kanskje av forebyggende årsaker, at vi satte vår lit til SV etter regjeringsskiftet, at dette partiet kunne snakke Arbeiderpartiet til vett i helsepolitikken.

For var det ikke på landsmøtet i 2001 at partiet i en resolusjon uttalte at «SV ønsker endring. Dagens helsevesen fungerer ikke godt nok. På tross av rekordstore økninger i bevilgningene til sykehusene de siste 10 år er det fremdeles lange, uverdige helsekøer».

Etter to år i regjering, registrerer vi at det er langt mellom ord og handling i Sosialistisk Venstreparti. Den samme observasjonen gjør velgerne, ifølge meningsmålingene.

Under regjeringen Bondevik ble flere pasienter behandlet og helsekøene kortere. Det vil si kun da regjeringen ga etter for budsjettpress og krav fra Fremskrittspartiet om å premiere effektive sykehus og økonomisk likestille private behandlingsinstitusjoner med de offentlige. Da Bondevik og co. vinket farvel til denne politikken og heller inngikk budsjett samarbeid med Arbeiderpartiet, ble resultatet en økning i helsekøene året etter, jamfør tall fra Norsk pasientregister. Fremskrittspartiet advarte mot denne politikken, men dessverre til ingen nytte for landets pasienter i helsekø.

«Arbeiderpartiets årelange tradisjon for å ofre pasientene på sosialdemokratiets alter.»

Mens stadig flere havner i den rødgrønne helsekøen, er det musestille fra regjeringen. Det er kanskje like greit. Man kan bli syk bare av å høre om de rødgrønnes helsepolitikk.



En tøff valgkamp

De aller fleste av oss har akkurat kommet tilbake fra ferie, men det er sikkert også noen som nyter de siste dagene før hverdagen begynner igjen. For alle oss som er politikere merker vi at valgkampen er i ferd med å begynne. Selv har jeg allerede vært ute på mine første valgkamparrangementer, men det er først den kommende uken at alvoret virkelig begynner. Det er nå alle vi folke- og tillitsvalgte skal forteller velgerne om FrPs løsninger og hva vi vil gjøre dersom vi får makten i kommune- styre og fylkesting.

Allerede nå har vi indikasjoner på at det blir en hard valgkamp

for oss alle. Arbeiderpartiet har utpekt oss som hovedmotstander og det er all grunn til å tro at vi blir utfordret for hver dag som går. Arbeiderpartiets valgkampmaskineri, støttet av LOs medlemskontingent, kommer til å gjøre sitt for å stoppe FrP. Derfor er det nå vi skal bruke den kunnskapen LO-millioner ikke kan stoppe; kunnskapen om FrPs politiske løsninger. Så lenge vi husker våre gode politiske løsninger for folk flest kan Ap og LO kjempe det de vil, ingen LO-millioner kan stoppe et sterkt og godt budskap om en bedre politikk for folk flest.

Det er fem uker igjen til val-

get. Det er bare litt over en måned. For mange virker det som en liten evighet, men det er ikke lang tid når vi tenker på alle velgerne vi skal nå med vårt budskap. I valgkampen i 2001 bestemte halvparten av velgerne seg for hva de skulle stemme på i løpet av valgkampen. Vi vet også at mange venter til selve valgdagen med å avgjøre hvilket parti de skal stemme på. Dette forteller oss at vi ikke kan ligge på latsiden og tro at vi kan skli inn til et godt valgresultat. Det krever intens jobbing. Men heldigvis er oppskriften allerede laget, det er FrPs partiprogram. Jeg har stor tro på partiorgani-

sasjonen foran denne valgkampen. Vi har gjennomført tidenes skoleringsopplegg med nesten 1800 lokalpolitikere på kurs. Det er nå vi skal høste fruktene av dette. På stands, i debatter og intervjuer skal vi vise at FrP er et godt og helhetlig alternativ som gir folk flest gode politiske løsninger.

Lykke til og ha et godt valg!

Ap-metoden

Valgkampen er i gang, og akkurat som vi flere ganger har advart mot, finnes det knapt grenser for hva slags virkemidler Arbeiderpartiet og dets propagandaapparat tar i bruk for å sverte sin utpekte hovedmotstander. Ingen bør være overrasket over Arbeiderpartiets opptreden. De har gjort

Leder

det før, og gjør det igjen. Partiet har nærmest gjort det til en vitenskapelig metode å kaste søppel på politiske motstandere, i den hensikt å dreie fokuset vekk fra sin egen politikk.

Vi skjønner godt at Arbeiderpartiet tyr til slike utspekulerte metoder, for bak

Ap-propagandaen og de tomme ordene om "likhet og solidaritet" skjuler sannheten om Arbeiderpartiets politikk i praksis seg. Og den er ingen god reklameplakat for Arbeiderpartiet og partisekretær Martin Kolberg. Spør bare de 210.000 pasientene som står i helsekø, eller alle de pleietrengende som ikke får sykehjemsplass i landets Ap-styrte kommuner.

I Tromsø har Arbeiderpartiet og Sosialistisk Venstreparti hatt rent flertall de siste åtte årene. Det er eldreomsorgen så uverdig at helsepersonell ved Universitetssykehuset i Nord-Norge går i demonstrasjonstog mot behandlingen av byens pleietrengende. Og det er ikke rart. Statens helseinsyn har det siste halvåret vært på tilsynsbesøk ved en rekke sykehjem i Tromsø, og resultatet er mildt sagt opprørende. I den sosialiststyrte byen oppfylles ikke engang sykehjemspasientenes basale behov som det å kunne få gå på do når man vil, eller få mat når man er sulten. Stort bedre er det ikke i sosialiststyrte Trondheim, eller i hedmarks-kommunen Kongsvinger for den saks skyld. I sistnevnte Ap/-SV-styrte kommune løser man mangelen på sykehjemsplasser ved å gjøre om enebolier til tremanns rom! Dette er altså Arbeiderpartiets eldreomsorg i praksis. Vi gremmes.

Dommen fra Statistisk sentralbyrå er klar. Arbeiderpartiet er på jumboplass når det gjelder å prioritere eldreomsorg, mens Fremskrittsparti-styrte kommuner er best i landet. Vi vil oppfordre Arbeiderpartiet til å feie for egen dør og slutte å spre usannheter om Fremskrittspartiets politikk. Dessverre hjelper slike oppfordringer lite mot et parti som har frekkhetens nådegave.

På forsiden av Arbeiderpartiets nyeste propagandaskrift «FrP på alvor 2» står det at dette er «et argumenthefte om Fremskrittspartiets politikk og konsekvensene av den». Igjen forsøker Arbeiderpartiet og Jens Stoltenberg å få debatten vekk fra deres egen mislykkede politikk. Men det blir bare komisk. For journalister og andre trenger ikke hjelp fra propagandamakerne på Youngstorget for å få vite hva som er konsekvensene av Fremskrittspartiets politikk. Den informasjonen finnes hos Statistisk sentralbyrå. Og der presenteres det et helt annet bilde av Fremskrittspartiet enn hva som gjøres av de øverste partikadrene i Arbeiderpartiet.

«De har gjort det før,
og gjør det igjen.»

«210.000 pasienter
som står i helsekø.»

Desperate SV

Man kan selvsagt ikke forvente så altfor mye av Sosialistisk Venstreparti, det lille regjeringspartiet som hyller diktatorer som Fidel Castro og Hugo Chaves. Men en flik av anstendighet og respekt for politiske motstandere trodde vi at også sosialister hadde. Vi tok feil. For på partiets hjemmeside serveres de reneste løgnhistoriene om Fremskrittspartiet. Hør bare: FrP vil ikke gi mer penger til vei. FrP vil gjøre det dyrere å bli syk. FrP betyr alenegang i utenrikspolitikken. FrP betyr mor tilbake til



- har ordet

Vi er i gang!

Så er vi gode i gang. Nå har hele Fremskrittshævegelsen ett fokus: valget 10. september. Det er en fornøyelse å se entusiasmen og innsatsen fra våre lokale kandidater, tillitsvalgte og sympatisører over det ganske land. Kjære venner, jeg har en utrolig god magefølelse.

Tilbakemeldinger fra våre egne, og velgerne er udeelt positive, meningsmålinger viser også at vi ligger godt an. Men vi vet, og det er viktig, at det er 10. september som gjelder. Det er fortsatt flere uker med knallhard kamp om velgernes tillit, vi må stå løpet

ut. Holde humøret oppe, blide i opp- og nedture.

Sosialistene vil bruke alle midler og de har mange ressurser. LO og fagforbundenes ledelse har allerede startet overtekampanjen mot Fremskrittspartiet. Jeg presiserer at det er den toppnagde, sosialistiske ledelsen i fagbevegelsen som igjen supplerer den sittende sosialistregjeringen i valgkampen. Fagpolitisk utvalg som undertegnede leder, har utarbeidet et fagpolitisk dokument som nå er tilgjengelig for alle våre kandidater og tillitsvalgte. Her vil dere finne svar på alle forutinntatte spør-

smål fra sosialistene Roar Flåten, Kjell Bjørndalen og Jan Davidsen, som mener å skulle ivareta arbeidstakerne, men som i realiteten driver et politisk spill i samrøre med den sittende sosialistregjering – et spill som fratar innbyggerne, arbeidstakerne og næringslivet i din kommune valgfrihet, sikkerhet og vekst.

Den sittende regjeringen skviser lokalsamfunnene mer enn noen andre. Kæne vokser innenfor omsorg, helse og rehabilitering. Det er kommunene som sitter igjen med utfordringene når staten svikter. Infrastrukturen, særlig veiene, forfaller i like stor grad som tidligere. Sosialistregjeringen driver rett å slett utpressing overfor kommunene, og det med full tilslutning fra lokalpolitikere fra Ap, SV og

Sp. De tvinges til å akseptere en elendig vestandard samtidig som de ikke står opp mot regjeringen. Den dårlige samferdselsatsingen fortjener mer oppmerksomhet i presse og media!

Innbyggerne er på vår side. Undersøkelser viser at 50 prosent av innbyggerne i kommunene mener at politikere «sløser» med skattepengene. Det er FrP som er garantisten mot mer sløsing, og vi som vil flytte midler fra bygninger og byråkrati over til omsorg, helse, skole og infrastruktur. Det er vi, FrP, som er garantisten for valgfrihet, lokaldemokrati og lokal selvstyre. Lykke til, la oss holde fullt trykk frem til 10. september.



Rødgrønne mikrofonstativ

Kristin Halvorsen og Sosialistisk Venstreparti seiler i motvind i denne valgkampen, og det til tross for at brorparten av journalistkorpset fungerer som lydige mikrofonstativ for Halvorsen og hennes rødgrønne venner.

Det er i brede journalistkretser opplest og vedtatt at Fremskrittspartiet skal bekjempes, med alle midler. Partiformann Siv Jensen skal tas. SV-leder Kristin Halvorsen og Jens Stoltenberg skal fredes. Vi er ikke

Leder

overrasket. Sånn har det alltid vært. Før var det Carl I. Hagen, nå er det Siv Jensen. Norske journalister er ikke som andre journalister. I den lille norske andedammen av overfladiske, lettvinde og ukritiske journalister forfølger man og latterliggjør opposisjonen, mens makthaverne hylles som helter.

Verst av dem alle er NRK Fjernsynet. Undersøkelser har vist at statskanalen historisk sett alltid har følt det mest naturlig å ta parti med de sterkeste, de som sitter i posisjon. Og dette er selvsagt helt logisk for en mediebedrift som får sin sjef ansatt av regjeringen og som til enhver tid er avhengig av økonomisk goodwill fra den samme regjering. Vi mener journalistikken blir deretter.

Men slik har det alltid vært, lenge, lenge før tidligere nyhetssjef i NRK, Tom Berntzen, i et avisintervju uttalte at statsminister Gro Harlem Brundtland gjorde en så god jobb at det var vanskelig å stille henne kritiske spørsmål. Situasjonen har langt fra blitt noe bedre etter at Gro Holm overtok jobben som NRKs nyhetsdirektør. Også hun lot seg intervju. Jo da; rødgrønn politikk var den beste for landet! Slikt kan bare skje i Norge, et land hvor makthaverne lar gamle stalinister bli sjef i LO og som lar allmennkringkasteren fungere som partiorgan for Arbeiderpartiet og Sosialistisk Venstreparti. Jo da; Carl I. Hagens betegnelse av NRK som ARK har like stor gyldighet i dag som før. Bob Woodward grennes.

Til tross for, og ikke på grunn av dette, sliter Sosialistisk Venstreparti på målingene. Velgerne rømmer Halvorsens parti. Velgerne liker ikke valgflesk og store løgner. For var det ikke slik at Sosialistisk Venstreparti skul-

le senke prisen på barnehageplass – ikke øke den? Var det ikke slik at elevene i grunnskolen skulle få et varmt skolemåltid? Var det ikke

«Latterliggjør opposisjonen, mens makthaverne hylles som helter.»

slik at partiet skulle avskaffe fattigdommen i Norge? Og var det ikke faktisk slik at vi skulle bli «kvitt a» om ikke alle fikk barnehageplass innen utgangen av 2007? Dessverre blir velgerne neppe kvitt den sosialistiske «renteministeren» før i 2009. Men en god trøst for alle som har fått nok er neste ukes kommune- og fylkestingsvalg. Der kan velgerne slå to fluer i et snekk og si sin mening om de rødgrønnes styresett, nasjonalt som lokalt. Og det helt uten innvirkning fra de rødgrønne mikrofonstativene. Godt valg!



Vi skal vinne valget!

Først vil jeg takke for den innsatsen FrPs medlemmer og folke- og tillitsvalgte har lagt ned hittil i valgkampen. Dere har gjort en betydelig innsats for FrP og vår politikk. Det er det ute på stands og torgmøter at lokalvalgkampen avgjøres i kommunene. Vi har gjort mye til nå, men det er ikke over ennå.

Den kommende uken er den siste i årets valgkamp, men den er også den viktigste. Velgerundersøkelser viser at mange bestemmer seg for hva de skal stemme i løpet av valgkampen, og så mange som en tredel av disse venter til selve valgdagen. Derfor er den siste uka av valgkampen kanskje like viktig som alle de

andre ukene til sammen.

Mange har sikkert begynt å merke trykket fra særlig Arbeiderpartiets valgkampmaskineri. Angrepene på FrP er mange og spesielt Ap har konsentrert sin valgkamp om å servere merkelige påstander om FrP.

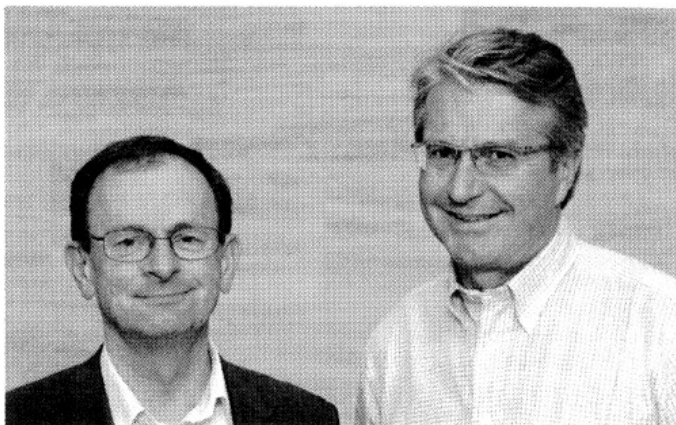
Når jeg har besøkt lokal- og fylkeslag rundt om i landet har jeg merket styrken i organisasjonen. Når Ap kommer med påstander om FrP, så har vi svarene som viser at de tar feil. Bare ett eksempel er hvordan våre motstandere påstår at FrP vil gi østeuropeere millionstøtte i form av vår utvidede barnetrygd, men da kan vi svare: Har dere ikke fått med dere at FrP er det eneste par-

tiet som er i mot denne velferdseksporten? Det er nemlig bare FrP som har tatt opp dette problemet i Stortinget. Det er allerede i dag et problem at eksempelvis norsk kontantstøtte eksporteres til Øst-Europa. TV2 avslørte til og med denne uken at en polsk student kunne få stipend fra Statens lånekasse, uten engang å ha vært i Norge en eneste gang. Dagens regjeringspartier har akseptert dette og stemt mot FrPs forslag om å stoppe eksporten av velferdsordninger. Derfor er det håpløst å beskyldre FrP for å ville eksportere vår barnetrygd til Øst-Europa, når vi med flertall i Stortinget selvfølgelig ville hindret denne eksporten.

Trykket fra de andre partiene vil ikke avta den siste uken. Derfor må vi holde hodet kaldt og sinnet skjerpet. Våre motstandere skal ikke få lov til å lure velgerne over på sin side denne siste uken. Men jeg er sikker på at FrP vil gjennomføre med glans. Mandag 10. september gir velgerne sin dom om de mener vi gjorde jobben. Stå på, kjære FrP-venner. Sammen skal vi vinne valget!



HØYRE ♥ OSLO



FABIAN STANG OG ERLING LAE er klare for å kjempe til siste stund – om siste velger – for å sikre et blått Oslo etter valget.

Høyre elsker Oslo!

Oslo vokser som aldri før – veksten i folketallet er den høyeste siden 1946. De siste ti årene har Oslos befolkning vokst tilsvarende Tønsberg og Nøtterøy kommune – til sammen.

Trivselen er også rekordhøy, hele ni av ti innbyggere opplever at de kan leve som de vil og 95 prosent av byens befolkning er trygg på at de kommer til å få de kommunale tjenestene når de trenger det. Oslo vokser raskest i landet, både fordi folk velger å flytte hit og fordi de velger å få barn og bli boende her. Veksten byr på utfordringer for byen, men gir også store muligheter for fremtiden. Der mange europeiske storbyer sliter med en befolkning som eldes, er Oslo i en privilegert situasjon med mange unge mennesker og økende barnetall.

Oslos befolkningssammensetning er i konstant endring. I tillegg er det ingen andre av landets beboere som flytter så mye på seg som oslofolk, noe som setter kommunens og bydelenes tjenestetilbud på stadige utfordringer. Et av Høyre-byrådets hovedsatsingsområder er å kunne tilby barnehageplass til alle som ønsker det. Bare i år har byrådet budsjettert med 3850 nybygde plasser og byen saumfares for å finne egnede steder. Dersom det fins hender nok til å bygge og drive disse barnehagene, håper barnehagebyråd Torger Ødegaard på at Oslo kommune kan sette norgesrekord i barnehageutbygging ved å bryte den magiske 4000-grensen før nyttår.

Regjeringen bevilget før sommeren 30 millioner kroner i ekstrabevillinger til Oslo-politiet. Men dette dekker på langt nær Oslo-politiets behov – nærmere 100 stillinger holdes fremdeles ubesatt på grunn av Regjeringens manglende vilje til å satse på hovedstaden. Dagens underbemanning av Oslo politidistrikt gjør at byen ikke oppleves som en trygg by for alle. Åpnere internasjonale grenser, oppheving av løsgjengerloven og holdningsendringer har bidratt til at Oslo opplever

problemer knyttet til tigging, prostitusjon, narkotikabruk og tagging. Dette gjør at noen områder oppleves som utrygge, og det svekker også den alminnelige respekt for lover og regler. Derfor ønsker Oslo Høyre å åpne for forsøk med kommunale vekterordninger som bidrar til trygghet, ro og orden i samarbeid med politiet. Oslo Høyre ønsker i tillegg et synlig politi som viser nulltoleranse også for hverdagskriminalitet, og som håndhever politivedtekter og alminnelige regler for ro og orden.

I Oslo har Høyre og de andre borgerlige partiene opphevet kommunens monopol på hjemmetjenester. Dette innebærer at eldre og pleietrengende har fått forbrukermakt til selv å velge den tjenesten de synes er best, og kanskje enda viktigere: muligheten til å velge bort en tjeneste de ikke synes er bra nok. Det betyr også at man har tillatt flere yrkesgrupper å søke andre arbeidsgivere enn Oslo kommune. Noen har til og med dristet seg til å starte sitt eget firma. Det som kjenner tegner personer som arbeider i omsorgssektoren, er at de stort sett er kvinner. Noen av firmaene som har inngått en avtale med Oslo kommune, består kun av en håndfull ildsjeler. Ildsjeler som har lyst til å gjøre det lille ekstra for at de omsorgstrengende skal få pleie med verdighet. Konkurransen går nemlig på kvalitet, prisen er den samme for både kommunen og den omsorgstrengende.

I Oslo har du flere valgmuligheter enn du kan få noe annet sted. Men du skal også ha herredømme over eget liv når du er avhengig av kommunen. Høyre vil gi deg rett til å velge skole, hjemmesykepleie, hjemmehjelp og sykehjem. Ikke fordi du skal velge hele tiden. Men du skal ha friheten til å kunne gjøre det.

— Vi skal styre Oslo

— Oslo vil bli en dyrere by å bo i og valgfriheten vil bli innskrenket med et rødt byråd. Derfor skal vi vinne valget, sier Svenn Erik Kristiansen og Peter N. Myhre.

TORRE LARSEN
23 13 54 55 • tore.larsen@frp.no

En uke før valget er spenningen på topp i Oslo. Valgutfallet ventes å bli jevnt, og osloveelgerne har i realiteten valget mellom et fortsatt borgerlig styre eller et rødt styre med Ap, SV og RV. FrPs ordfører-kandidat Svenn Erik Kristiansen og byrådsleder-kandidat Peter N. Myhre påpeker at de røde partiene ikke har klargjort for velgerne hva deres politikk egentlig går ut på.

— At de svartmaler det borgerlige byrådet der vi er med, er vel ingen overraskelse for noen. Men det at de ikke snakker om sin egen politikk, er et dårlig skjult forsøk på å skjule konsekvensene av den. Ap og SV er jo ikke enige seg i mellom om Oslo skal ha eiendomsskatt eller ikke, og om RV kommer på vippen er det en reell fare for at den vil bli gjeninnført. Dette vil drive opp boligprisene og folk betaler jammen nok som det er.

Bort med frie valg

Fritt valg for elever å velge skole og for eldre til å velge mellom hjemmehjelpstjenester og syke-

hjem kommer også til å være en saga blott med et rødt byråd.

«Mens vi i FrP vil ha en innvandringspause, vil Gerhardsen ha integreringspause.»

— Ertersom sosialistene misliker valgfrihet for brukere av disse tjenestene, vil dette bli et stort steg tilbake for en befolkning som vil ha mer frihet til å velge. Alt som er kommunalt er for dem en hellig ku. Dette vil føre til at private tilbydere får dårligere vilkår i byen, samtidig som vi har en regjering som har erklært krig mot private skoler og private løsninger innen eldreomsorg. Her forsøker

også Ap å sukre pillen ved å si at de ikke vil ta tilbudene fra folk, men dette er det ingen grunn til å stole på, sier Myhre.

Integreringspause

Myhre mener Oslo trenger en innvandringspause og at tiden for en storsatsing på integrering er overmoden. 20 prosent av Oslos befolkning, eller nærmere 115.000 personer er av ikke-vestlig opprinnelse, og denne andelen er sterkt økende.

— Uansett hvor du kommer fra i verden, uansett om du er av norsk opprinnelse eller ikke, så skal man innrette seg etter lover og regler her. Slik burde det være, men mange års mislykket innvandringspolitikk har ført til at Oslo har fått en underklasse av personer fra ikke-vestlige land, noe de røde partiene nekter å ta ansvaret for. Snillismens far og Oslo Arbeiderpartis byrådsleder-kandidat, Rune Gerhardsen, ignorerer fullstendig disse utfordringene og har ikke kommet med noe konkret for å bedre integreringen. Mens vi i FrP vil ha en innvandringspause, vil Rune Gerhardsen ha integreringspause, avslutter Myhre.

60 prosent vil ha FrP-Olsen

Tønsberg-ordfører Per Arne Olsen er fortsatt i en klasse for seg før ordførervalget om to uker. Hele 60 prosent svarer at de ville stemt på Olsen i en måling i Tønsbergs Blad. De andre kandidatene når ikke en gang opp i ankelhøyde med

Olsen. På andreplass kommer Arbeiderpartiets Brith Fjalestad (Ap med 14 prosent, på tredje Petter Berg (H) 13, og Lars Egeland (SV) 6 prosent.

— Det er veldig hyggelig. Det er et signal om at velgerne er fornøyde, sier Olsen.

Vedlegg 12, Analyseguide: Høyre og Fremskrittspartiets saksprioritering, tolkningsrammer og retoriske virkemidler

| | | |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Type informasjonskanal | Muligheter Fremskritt Frp.no Hoyre.no | Antall artikler per dag. Størrelse oppslag i medlemsblader. |
| Sjanger | Tema, Kommentar, Intervju, Nyhetsartikkel, Meningsmåling | Fokus på en eller flere saker i artikkelen? |
| Kritikk av politiske motstandere og øvrige aktører | Hvilke partier? Hvilke aktører? | Grad av kritikk |
| Tolkningsrammer | Kjerneramme/ primærvinkling, Perspektiver ved saken som neglisjeres, Konsekvenser, Løsninger. | |
| Retoriske virkemidler | Tekstens kontekst, medium, avsender, mottaker. Disposisjon, struktur på tekst. Grunnleggende midler for å overtale. Etos, patos og logos. Øvrige argumenter i teksten. Stil: stilnivå, troper og ornamenter. Formulering av analyseresultatet. | |
| Komparativ analyse: | Likheter, Kontraster | Antall ganger kontrastene inntreffer |